

EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN EN EL SERVICIO DE LOS USUARIOS DE
LA IPS SERVICIOS INTEGRALES DE SALUD “VAQNAR” UBICADA EN LA
CIUDAD DE TUNJA BOYACÁ

AUTORA: JEIMY LEONOR ACEVEDO GARZÓN

UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA Y TECNOLÓGICA DE COLOMBIA (UPTC)
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TUNJA
2015

EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN EN EL SERVICIO DE LOS USUARIOS DE
LA IPS SERVICIOS INTEGRALES DE SALUD “VAQNAR” UBICADA EN LA
CIUDAD DE TUNJA BOYACÁ

AUTORA: Jeimy Acevedo Garzón

Monografía

Trabajo de grado para optar al título de Administrador de Empresas

Director

PROFESOR: Héctor Hugo Mora

UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA Y TECNOLÓGICA DE COLOMBIA (UPTC)
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TUNJA
2015

Nota de aceptación

Firma del presidente de jurados

Firma del jurado

Firma del jurado

Tunja, 9 de febrero de 2015

DEDICATORIA

Este trabajo de grado está dedicado primero a **DIOS** por darme la vida a través de mis queridos padres quienes con mucho cariño, amor, esfuerzo y ejemplo han hecho de mí una persona con valores ahora como Madre y Profesional.

A mi **Hijo Santiago** quien es el motivo y la razón de superación diaria, quien a pesar de las dificultades sobresale y me enorgullece en todo momento.

A mi **Hermana Rubiela y su Esposo Alfredo** quienes han creído en mí y quienes valoran cada día mi esfuerzo y el deseo de salir adelante.

Ellos han sido las personas que con su amor, con sus consejos, con su compañía y su apoyo han estado en los momentos difíciles de mi vida y ahora comparten también esta alegría de verme Profesional.

Gracias a ti Dios una vez más por estar ahí siempre, porque hiciste realidad este sueño por todo el amor con el que me rodeas y porque me tienes en tus manos, este Trabajo es para Ti.

AGRADECIMIENTO

Me complace a través de este Trabajo de Grado Exteriorizar mi Sincero agradecimiento a la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia y a su facultad de Ciencias Económicas y Administrativas y a sus distinguidos Docentes que con su profesionalismo y ética puesto en marcha en cada una de sus clases logran que cada uno de nosotros como estudiantes realicemos sueños y tengamos una mejor calidad de vida.

A mi Director de Tesis Profesor **HECTOR HUGO MORA** Quien ha sido una persona idónea en el acompañamiento, seguimiento, conocimiento pero sobre todo con su confianza permite que este gran anhelo sea felizmente culminado.

CONTENIDO

	Pág
1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO	17
1.1 TEMA	17
1.2 PROBLEMA.....	17
1.2.1 Descripción De Problema.....	17
1.2.2 Formulación del problema	19
1.2.3 Sistematización del problema.....	19
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	20
1.4 OBJETIVOS	22
1.4.1 Objetivo General.	22
1.4.2 Objetivos Específicos	22
1.5 MARCO REFERENCIAL	23
1.5.1 Marco Teórico	23
1.5.1.1 Satisfacción del cliente.....	23
1.5.1.2 Importancia de la satisfacción del cliente	28
1.5.1.3 Calidad y su relación con la satisfacción del cliente.	30
1.5.1.4 Valoración del grado o nivel de satisfacción del cliente	32
1.5.1.5 El sistema de salud y la satisfacción de los usuarios	33
1.6 MARCO INSTITUCIONAL	35
1.7 MARCO CONCEPTUAL.....	38
1.8 MARCO LEGAL.....	42
1.9 DISEÑO METODOLÓGICO.....	46
1.9.1 Tipo de estudio.....	46
1.9.2 Enfoque del estudio	46
1.9.3 Método de estudio.....	47
1.9.4 Fuentes de información	47
1.9.5 Población Objetivo.	48

1.9.6	Instrumentos de recolección de la información.....	48
1.9.7	Alcances del estudio.	49
2.	PERCEPCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA IPS “VAQNAR” EN RELACIÓN CON LA ACTITUD, ATENCIÓN Y SERVICIO DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO Y DE SERVICIO	50
2.1	ACTITUD.....	51
2.2	ATENCIÓN.....	53
2.3	CALIDAD DEL SERVICIO	54
2.4	CONCLUSIONES GENERALES SOBRE PERCEPCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA IPS “VAQNAR” EN RELACIÓN CON LA ACTITUD, ATENCIÓN Y SERVICIO	58
3.	NIVEL DE CORDIALIDAD, COMPETENCIA, DISPOSICIÓN Y CONOCIMIENTOS MÉDICOS QUE EXPRESA EL PERSONAL DE LA SALUD QUE LABORA EN LA IPS “VAQNAR”.	60
3.1	CORDIALIDAD	60
3.2	COMPETENCIA Y CONOCIMIENTOS.....	62
3.3	DISPOSICIÓN	64
3.4	CONCLUSIONES GENERALES SOBRE EL NIVEL DE CORDIALIDAD, COMPETENCIA, DISPOSICIÓN Y CONOCIMIENTOS MÉDICOS QUE EXPRESA EL PERSONAL DE LA SALUD	66
4.	OPORTUNIDAD Y COHERENCIA QUE EXISTE EN EL COSTO Y TIEMPO DE RESPUESTA DE LA IPS “VAQNAR” CUANDO LOS USUARIOS SOLICITAN ATENCIÓN, TRÁMITES E INFORMACIÓN.....	68
4.1	OPORTUNIDAD	68
4.2	COHERENCIA.....	70
4.3	CONCLUSIONES DE LA OPORTUNIDAD Y COHERENCIA QUE EXISTE EN EL COSTO Y TIEMPO DE RESPUESTA DE LA IPS “VAQNAR”	72
5.	PENSAMIENTO DE LOS USUARIOS DE LA IPS “VAQNAR” REFERENTE LAS INSTALACIONES FÍSICAS, EQUIPOS E INSTRUMENTOS UTILIZADOS EN LOS PROCESOS MÉDICOS Y EL SERVICIO EN GENERAL.	75

5.1	LAS INSTALACIONES FÍSICAS.....	75
5.2	NIVEL TECNOLÓGICO.....	77
5.3	CONCLUSIONES SOBRE LAS INSTALACIONES FÍSICAS, EQUIPOS E INSTRUMENTOS UTILIZADOS EN LA ATENCIÓN Y SERVICIO DE LA IPS.....	79
6.	GRADO DE SATISFACCIÓN EN EL SERVICIO DE LOS USUARIOS DE LA IPS SERVICIOS INTEGRALES DE SALUD “VAQNAR”	81
7.	CONCLUSIONES	86
8.	RECOMENDACIONES	88
	BIBLIOGRAFÍA.....	89
	ANEXOS	92

LISTA DE CUADROS

Pág

Cuadro 1. Definición de satisfacción del cliente.	25
Cuadro 2. Valoración o calificación de las posibles respuestas	50
Cuadro 3. Orientación adecuada en el servicio.....	51
Cuadro 4. Seguridad y confianza en el comportamiento y actitud del personal que atiende.....	52
Cuadro 5. Respeto y amabilidad por parte del personal de la IPS	54
Cuadro 6. Aplicación de normas de higiene y sanitarias en el servicio	55
Cuadro 7. Confianza y seguridad transmitida por el personal médico.....	56
Cuadro 8. Oportunidad de respuesta por parte del personal de la IPS	57
Cuadro 9. Resumen de análisis de los factores actitud, atención y servicio.....	58
Cuadro 10. Atención cordial de las necesidades por parte del personal médico..	61
Cuadro 11. Información clara y amable por parte del personal de la IPS	62
Cuadro 12. Oportunidad del tiempo para la prestación del servicio.	63
Cuadro 13. Puntualidad en la atención	64
Cuadro 14. Obtención de asesoría y orientación sobre el servicio.....	65
Cuadro 15. Resumen de análisis de los factores cordialidad, competencia, disposición y conocimientos médicos	66
Cuadro 16. Oportunidad en el servicio de vacunación	68
Cuadro 17. Oportunidad y pertinencia del servicio en general	69
Cuadro 18. Conveniencia y coherencia entre el precio y el servicio.....	71
Cuadro 19. Conveniencia y coherencia entre el tiempo de espera y el servicio	72
Cuadro 20. Resumen de análisis de la oportunidad y coherencia en la relación beneficio costo.....	73
Cuadro 21. Prestación de servicios en áreas adecuadas	76
Cuadro 22. Existencia de todas las señalizaciones exigidas por las normas de seguridad laboral	77

Cuadro 23. Utilización de equipos e instrumentos novedosos	78
Cuadro 24. Resumen de análisis de las instalaciones físicas, equipos e instrumentos utilizados en la atención y servicio de la IPS	79
Cuadro 25. Resumen general de las respuestas dadas en cada pregunta que midió los factores claves para evaluar el grado de satisfacción de los usuarios ...	82

LISTA DE GRÁFICOS

Pág.

Gráfico 1. Orientación adecuada en el servicio.....	52
Gráfico 2. Seguridad y confianza en el comportamiento y actitud del personal que atiende.....	53
Gráfico 3. Respeto y amabilidad por parte del personal de la IPS	54
Gráfico 4 Aplicación de normas de higiene y sanitarias en el servicio	55
Gráfico 5. Confianza y seguridad transmitida por el personal médico.	56
Gráfico 6. Oportunidad de respuesta por parte del personal de la IPS	57
Gráfico 7. Resumen de análisis de los factores actitud, atención y servicio	59
Gráfico 8. Atención cordial de las necesidades por parte del personal médico	61
Gráfico 9. Información clara y amable por parte del personal de la IPS	62
Gráfico 10. Oportunidad del tiempo para la prestación del servicio.....	63
Gráfico 11. Puntualidad en la atención	64
Gráfico 12. Obtención de asesoría y orientación sobre el servicio	65
Gráfico 13. Resumen de análisis de los factores cordialidad, competencia, disposición y conocimientos médicos	67
Gráfico 14. Oportunidad en el servicio de vacunación	69
Gráfico 15. Oportunidad y pertinencia del servicio en general	70
Gráfico 16. Conveniencia y coherencia entre el precio y el servicio	71
Gráfico 17. Conveniencia y coherencia entre el tiempo de espera y el servicio	72
Gráfico 18. Resumen de análisis de la oportunidad y coherencia en la relación beneficio costo.....	74
Gráfico 19. Prestación de servicios en áreas adecuadas.....	76
Gráfico 20. Existencia de todas las señalizaciones exigidas por las normas de seguridad laboral	77
Gráfico 21. Utilización de equipos e instrumentos novedosos	78

Grafico 22. Resumen de análisis de las instalaciones físicas, equipos e instrumentos utilizados en la atención y servicio de la IPS	80
Gráfico 23. Resumen general del promedio de los factores claves para evaluar el grado de satisfacción de los usuarios	83

LISTA DE ANEXOS

Pág.

Anexo A. Encuesta de satisfacción en el servicio de los usuarios de IPS Servicios Integrales De Salud “VAQNAR”	92
--	----

INTRODUCCIÓN

Con este estudio se busca evaluar el grado de satisfacción en el servicio de los usuarios de la IPS Servicios Integrales de Salud “VAQNAR” S.A.S ubicada en la ciudad de Tunja Boyacá, dicha evaluación se realizó a través del estudio de elementos propios de la satisfacción del cliente o usuario, tales como: la actitud, atención, servicio y disposición del personal administrativo y de servicios generales, la cordialidad, competencia, disposición y conocimientos del personal de la salud, la oportunidad y coherencia en el tiempo de respuesta a la atención, trámites e información y la calidad de las instalaciones físicas, equipos e instrumentos utilizados en los procesos médicos y el servicio en general.

Esta investigación se hace principalmente teniendo en cuenta que a nivel nacional el grado de insatisfacción de los usuarios del sistema de salud es del 80%, esto indica que los usuarios tienen una visión negativa del sistema y dicha visión no se enfoca a una entidad en particular sino encasilla a todas las empresas prestadoras del servicio.

El desarrollo de este estudio es importante porque la satisfacción del cliente es un factor de gran impacto en el desarrollo empresarial y competitivo de cualquier organización, además, para el caso conocer de primera mano la percepción que los usuarios tienen sobre los diferentes factores que definen la calidad del servicio es una información relevante al momento de tomar decisiones de mejoramiento y eficiencia.

El estudio consta de ocho capítulos el primero son los antecedentes de la investigación en donde se evidencia un problema generalizado de insatisfacción de los usuarios del sistema de salud, unos objetivos o fines a lograr, una justificación donde se exponen las razones que definen la importancia del estudio, un marco de referencia teórico, institucional, conceptual y legal, relacionado

directamente con la calidad, satisfacción del cliente y servicio de salud y finalmente se presenta los lineamientos metodológicos que precisan el tipo, enfoque, método y población objeto de esta investigación.

El segundo capítulo muestra la percepción de los usuarios de la IPS “VAQNAR” en relación con la actitud, atención y servicio del personal administrativo y de servicio; para conocer dicha percepción se analiza el resultado de 6 preguntas que miden los factores a evaluar.

El tercer capítulo se enfoca en indagar sobre el nivel de cordialidad, competencia, disposición y conocimientos médicos que expresa el personal de la salud que labora en la IPS “VAQNAR”, esta información se obtiene mediante el análisis de los resultados obtenidos en la aplicación de cinco preguntas enfocadas a analizar estos factores de satisfacción.

El cuarto capítulo se refiere a la oportunidad y coherencia que existe en el costo y tiempo de respuesta de la IPS “VAQNAR” cuando los usuarios solicitan atención, trámites e información; los resultados se obtienen de la aplicación de cuatro preguntas enfocadas a evaluar estos elementos de la satisfacción del usuario.

El quinto capítulo muestra el pensamiento de los usuarios de la IPS “VAQNAR” referente las instalaciones físicas, equipos e instrumentos utilizados en los procesos médicos y el servicio en general; en este caso se aplicó tres preguntas que permitieron conocer la percepción de los usuarios al respecto.

El sexto capítulo refiere un análisis general que integra todos los factores evaluados, de esta forma da a conocer el grado de satisfacción en el servicio de los usuarios de la IPS Servicios Integrales de Salud “VAQNAR” ubicada en la ciudad de Tunja Boyacá.

En el séptimo y octavo capítulo se presenta la conclusiones y recomendaciones, en este caso las conclusiones responden a los objetivos específicos propuestos y las recomendaciones son apreciaciones que la investigadora hace a los directivos y propietarios de la IPS Servicios Integrales de Salud “VAQNAR”, para buscar la excelencia en la atención y servicio y así lograr un nivel de satisfacción de los usuarios en un 100%.

1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

1.1 TEMA

El tema base de esta propuesta es la satisfacción del cliente, la cual se mide o define a través del estado de ánimo que experimenta el usuario al momento de comparar la expectativa que tenía del servicio con la atención que recibió; factor que adquiere gran importancia si se tiene en cuenta la gran competencia que enfrentan las empresas dentro de un mercado, que para el caso es el mercado de la salud.

1.2 PROBLEMA

1.2.1 Descripción De Problema. El país nunca había tenido índices tan altos de cobertura en salud ni destinado tantos recursos para financiar este sector. En efecto, casi 43 millones de colombianos están cubiertos por el sistema, que dedica 24 de los 44 billones de pesos que moviliza al aseguramiento. Pero tales cifras contrastan radicalmente con la calificación que los ciudadanos le dan al Gobierno en materia de manejo del sistema. Según los resultados de la Encuesta Gallup de abril, ocho (8) de 10 de 2013 cada diez (10) colombianos desaprueban la forma como se enfrentan los problemas de la salud y piensan que las condiciones y su calidad están empeorando.¹

Durante este año, los enormes problemas financieros e institucionales en el sistema de salud colombiano han evidenciado una situación crítica de dicho sistema que se ha ido fraguando desde hace décadas. La corrupción y el mal

¹ EDITORIAL EL TIEMPO. Salud: el problema más grave. 04 de mayo del 2013. [citado el 12 de julio de 2013]. En internet: http://www.eltiempo.com/opinion/editoriales/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-12779380.html

servicio prestado dentro de las entidades de salud, la ineficiente actualización del POS (Plan Obligatorio de Salud) y la desproporción entre la cantidad de usuarios en el régimen contributivo y el régimen subsidiado, han sido las causas principales de la situación de ineficiencia, baja calidad y escasez de recursos del sistema de salud.²

Referente al problema de salud en Colombia, Óscar Bernal, doctor en Salud pública e investigación biomédica de la Universidad Autónoma de Barcelona, afirma que el sistema no está mal posicionado, en relación con otros países de América Latina, pero tiene grandes problemas de calidad que se reflejan en una atención demorada y muy fraccionada; la principal falla es el fraccionamiento, es un sistema donde para ser atendido hay que ir a dos o tres lugares, pedir autorizaciones y realizar muchos trámites. No hay un responsable para la salud en diferentes grupos de población sino múltiples y eso se traduce en que realmente nadie asume la responsabilidad.³

Esta apreciación de los usuarios del sistema de salud en Colombia es generalizada y afecta directamente a **Servicios Integrales de Salud VAQNAR S.A.S. IPS**, una Institución Prestadora de Servicios de Primer Nivel de atención, en Medicina General, Salud Ocupacional y Vacunación para los viajeros, niños, adulto mayor, trabajadores y estudiantes, la cual se encuentra ubicada en la calle 22 N° 9-27 Interior 203 Edificio Centro Médico y de Servicios Profesionales “ANDALUZ”. Su finalidad es disminuir el impacto epidemiológico de las

²**PANTOJA, Sebastián.** La crisis en el sistema de salud colombiano: problemas y desafíos del nuevo Gobierno Distrital en materia de salud de la población bogotana. **En: Revisa económica SUPUESTOS. Edición No. 8. Universidad de los Andes.**

³ BERNAL, Oscar. Qué hacer con el sistema de salud en Colombia. [citado el 12 de julio de 2013]. En internet: <http://www.uniandes.edu.co/xplorer/especiales/salud/por-motivos-de-salud.html>

enfermedades infectocontagiosas, contribuyendo a la disminución de ausentismo laboral y escolar de la zona urbana y rural de Boyacá.

Teniendo como antecedente que el grado de insatisfacción que tienen los usuarios del sistema de salud en Colombia alcanza el 80%, la IPS “VAQNAR, considera necesario saber si se encuentra por encima o por debajo del porcentaje general de insatisfacción que presenta el sector salud en el país, pues este es un indicador importante que contribuye a su mejoramiento continuo.

Finalmente, siendo la IPS “VAQNAR una organización joven, no puede quedarse como una más de un sistema Ineficiente, que como se menciona tiene graves problemas en la calidad en la prestación del servicio y un alto grado de insatisfacción, por el contrario debe aprender sobre sus problemas, teniendo como base el principio de escuchar a sus usuarios. Pues sus directivos y propietarios consideran que en un sistema con alto grado de insatisfacción, la atención de calidad es un factor estratégico que la llevara al éxito empresarial.

1.2.2 Formulación del problema. ¿Cuál es el grado de satisfacción en el servicio que presentan los usuarios de la IPS Servicios Integrales de Salud “VAQNAR” ubicada en la ciudad de Tunja Boyacá?

1.2.3 Sistematización del problema.

¿Cómo perciben los usuarios la actitud, atención, servicio y disposición del personal administrativo y de servicios generales de la IPS “VAQNAR”?

¿Cuál es el nivel de cordialidad, competencia, disposición y conocimientos médicos del personal de la salud que labora en la IPS “VAQNAR”?

¿Qué tan oportuno y coherente es el tiempo de respuesta de la IPS “VAQNAR” ante la atención, trámites e información demandada y/o solicitada por los usuarios?

¿Qué piensan los usuarios de la IPS “VAQNAR” referente a las instalaciones físicas, equipos e instrumentos utilizados en los procesos médicos y servicio en general?

1.3 JUSTIFICACIÓN

Teniendo en cuenta la crisis e insatisfacción generalizada que presentan los usuarios de las diferentes entidades de salud en Colombia, y siendo conscientes de que el sistema de salud está a punto de colapsar, es necesario que las organizaciones que hacen parte del sector se preocupen por conocer e indagar sobre el nivel de satisfacción de los usuarios, pues de esta forma se puede identificar aquellos factores que están entorpeciendo el sistema, de tal forma que se pueda tomar las decisiones y correctivos pertinentes y necesarios.

Así mismo, la satisfacción del cliente respecto al servicio que ofrecen las entidades de salud constituye un indicador clave para valorar el desempeño integral de la entidad prestadora del servicio, lo cual contribuye a fomentar una cultura de mejora continua en la gestión y desarrollo de los procesos.

De otro lado al medir la satisfacción de los usuarios de la IPS “VAQNAR” y conocer de primera mano la percepción que estos tienen sobre los diferentes factores que definen la calidad del servicio que esta entidad les presta, se podrá conocer los puntos críticos de la organización, lo que consecuentemente servirá de base para mejorar y optimizar las áreas que contribuyen en mayor medida a aumentar la satisfacción del cliente, incluyendo no solo el área de servicio al

cliente y mercados, sino también otras áreas como finanzas, procesos y desarrollo humano.

Además, siendo la IPS “VAQNAR” una organización relativamente nueva que hasta ahora se está desarrollando y posicionando en el mercado boyacense, es necesario y pertinente identificar la percepción que tienen sus usuarios, pues de esta forma se evitara caer en errores comunes del sistema de salud y superar el nivel de insatisfacción, situación que ha hecho que muchas organizaciones hayan tenido que liquidar a falta de recursos y capacidades para seguir compitiendo.

Pero esta investigación no solo favorece a la IPS “VAQNAR” sino que también tendrá un impacto en sus usuarios, pues dependiendo de la valoración y las apreciaciones que se obtengan se tomaran los correctivos necesarios que mejoren la calidad en la atención, la oportunidad de la información y eficiencia en los tramites, lo que en consecuencia llevará a la plena satisfacción de los usuarios; pues los directivos y propietarios de la entidad son conscientes que de la satisfacción de sus “clientes” depende en gran medida la aceptación, crecimiento y éxito de la organización, pues un cliente satisfecho es fiel y leal a la organización además de convertirse un gran elemento publicitario.

En resumen, contar con la opinión de los usuarios es relevante y primordial para IPS “VAQNAR” , la cual pretende convertirse en una organización exitosa en el sector salud; pues al poder evaluar el nivel de **satisfacción de sus beneficiarios** se podrá identificar y profundizar en las **fortalezas y debilidades** que actualmente presenta la organización, logrando así definir **estrategias de calidad en el servicio que a mediano y largo plazo resultaran altamente** convenientes para hacerse más competitiva. En otras palabras para la IPS “VAQNAR” la información proveniente de este estudio le servirá para promover, facilitar y orientar el mejoramiento de los procesos y por ende la satisfacción del cliente.

En el caso personal de la investigadora, como futura administradora de empresas que busca desarrollarse profesionalmente en el mercado tunjano, participar en este estudio le permite aumentar sus conocimientos no solo en el área de mercados y servicio al cliente, sino en las demás áreas que integran la organización, así mismo se podrá profundizar en el tema de la salud sector que actualmente se encuentra en el “ojo del huracán” debido a las deficiencias que se vienen presentado en las entidades prestadoras del servicio.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo General. Evaluar el grado de satisfacción en el servicio de los usuarios de la IPS Servicios Integrales de Salud “VAQNAR” ubicada en la ciudad de Tunja Boyacá

1.4.2 Objetivos Específicos

Conocer la percepción de los usuarios de la IPS “VAQNAR” en relación con la actitud, atención, servicio y disposición del personal administrativo y de servicios generales.

Determinar el nivel de cordialidad, competencia, disposición y conocimientos médicos que expresa el personal de la salud que labora en la IPS “VAQNAR”.

Definir la oportunidad y coherencia que existe en el tiempo de respuesta de la IPS “VAQNAR” cuando los usuarios solicitan atención, trámites e información.

Conocer lo que piensan los usuarios de la IPS “VAQNAR” referente a las instalaciones físicas, equipos e instrumentos utilizados en los procesos médicos y el servicio en general.

1.5 MARCO REFERENCIAL

1.5.1 Marco Teórico. El referente teórico que sirva de base para evaluar el grado de satisfacción en el servicio de los usuarios de la IPS Servicios Integrales de Salud “VAQNAR” ubicada en la ciudad de Tunja Boyacá, requiere el análisis de temas como el sector salud, la satisfacción del cliente y la calidad de los servicios.

1.5.1.1 Satisfacción del cliente. Para poder definir este concepto es necesario tomar por separado los dos términos que lo componen; en el caso de la *satisfacción* esta es entendida como la reacción, sentimiento y sensación que el cliente experimenta al momento de adquirir y beneficiarse de un producto o servicio; también se puede entender como la comparación entre las expectativas que posee el cliente frente a un producto o servicio y lo que cree haber recibido, percibido, sentido o experimentado. En tanto que el *cliente* puede definirse como “la razón de existir de la empresa, pues es la persona que paga por recibir a cambio un producto o un servicio. Esta es la razón por la cual las empresas dirigen sus políticas, productos, servicios y procedimientos a la satisfacción de sus expectativas.”⁴

En conjunto la satisfacción del cliente se concibe en “la idea que se hace el cliente sobre si su organización ha cumplido o superado sus expectativas según sus criterios de conducta global y rendimiento.”⁵De esta forma, cuando un cliente tiene en cuenta que tan satisfecho

⁴ALBRECHT y BRADFORD. Citado por: PÉREZ TORRES, Vanesa Carolina. Calidad total en la atención al cliente: Pautas para garantizar la excelencia en el servicio. Ideas propias Editorial S.L., 2010. ISBN: 8498393566, 9788498393569. 104 p. p. 2

⁵VAVRA Terry G. Cómo medir la satisfacción del cliente según la ISO 9001:2000. Segunda edición. Madrid: FC Editorial, 2003. ISBN: 8495428946, 9788495428943. 402 p. p. 44

esta, siempre responde con base en sus expectativas del producto o servicio adquirido, si la calidad no es la que esperaba, se sentirá insatisfecho y probablemente no volverá a adquirir dicho bien, por lo que buscare otros proveedores que si puedan satisfacer sus expectativas y necesidades.

De otro lado, la satisfacción del cliente o consumidor puede verse también a través de dos perspectivas: primero entendida como resultado o respuesta (modelo explicativo emocional) y segundo referida al proceso evaluativo subyacente (modelo explicativo cognitivo):⁶

1) *El modelo cognitivo:* su máximo exponente es Oliver y ha sido el modelo dominante en la literatura sobre la satisfacción. Estos modelos proponen que los sujetos procesan racionalmente la situación compra/venta, a partir de lo que se genera la satisfacción o insatisfacción. El paradigma de la inconformidad de expectativas sostiene que dicho procesamiento se basa en la comparación entre las expectativas y el rendimiento del servicio.

2) *El modelo emocional:* representado por Westbrook y Reilfy introduce en el concepto de satisfacción la importancia de los elementos afectivos o emocionales. Así, los consumidores se sentirán bien frente a la satisfacción y mal en relación con la insatisfacción. Para estos autores la satisfacción es una respuesta emocional a las experiencias proporcionadas por o asociadas con un producto o servicio. Cabe definir la satisfacción como un estado psicológico que resulta cuando la emoción subyacente a la confirmación de expectativas se une con los sentimientos previos acerca de la experiencia de consumo.

⁶RIAL BOUBETA, Javier. La evaluación de la calidad percibida como herramienta de gestión en servicios deportivos. España: Univ. Santiago de Compostela, 2007. 186 p. p. 90

Actualmente estas dos líneas han concurrido para generar modelos que integran factores cognitivos y afectivos.

Algunas de las definiciones más recurridas del concepto de satisfacción del cliente se expresan en la tabla siguiente:

Cuadro 1. Definición de satisfacción del cliente.

AUTOR	DEFINICIÓN
HOWARD Y SHETH (1969)	La satisfacción consiste en la respuesta del consumidor a la evaluación de la discrepancia entre las expectativas previas y el rendimiento percibido del producto después del consumo.
WESTBRO OK (1980)	La satisfacción es un juicio o evaluación global determinado por respuestas afectivas y cognitivas relacionadas con el uso o consumo de productos.
OLIVER (1980)	La satisfacción es una respuesta de los consumidores que viene dada por un estándar inicial en cuanto a expectativas y por la discrepancia entre esas expectativas y el rendimiento percibido del producto consumido.
BITNER (1990)	La satisfacción es una función de la confirmación o no de expectativas previas.
OLIVER (1993)	La satisfacción es una respuesta post-consumo elicitada por factores cognitivos y afectivos.
MARTÍNEZ-TUR ETAL(2001)	La satisfacción consisto en una evaluación post-consumo y/o post-uso, susceptible do cambio en cada transacción, fuente do desarrollo y cambio de las actitudes hacia el objeto de consumo y/o uso, y que es el resultado de procesos psicosociales de carácter cognitivo y afectivo.

Fuente: RIAL BOUBETA, Javier. La evaluación de la calidad percibida como herramienta de gestión en servicios deportivos.

“Actualmente, en un mercado tan competitivo, las empresas reconocen la dificultad que encuentran para cumplir sus metas y diferenciarse de sus competidores. Así, la única manera de encontrar que los clientes sigan comprando los productos y servicios ofrecidos por la empresa reside en presentarles algo más, relacionado con la atención brindada.”⁷ Esto significa que los clientes ya no están simplemente en búsqueda de un producto y un servicio, sino que quieren un valor agregado en el servicio de venta que les dé una plena satisfacción y cumpla plenamente con sus expectativas, en la mayoría de los casos yendo más allá de lo que ellos mismos estaban buscando y esperando.

“Los clientes de esta época suelen darle mayor importancia a los componentes o atributos intangibles de los productos que consumen, es decir, a los servicios. Esto ha contribuido a que las empresas se orienten hacia la búsqueda de la satisfacción de las expectativas de los clientes como forma de sostener su ventaja competitiva en un mercado cada vez más cambiante.”⁸ De esta forma, los empresarios ha tomado conciencia de que el bien que ofrecen en si no es la clave del éxito, sino el valor que le den al servicio de venta y posventa, esto significa que ya no solo se trata de vender un producto, sino de satisfacer una necesidad y cumplir con unas expectativas, expectativas que dada la cantidad de productos y servicio similares, cada día son más altas y tienen mayor valor para el cliente.

⁷PÉREZ TORRES, Vanesa Carolina. Calidad total en la atención al cliente: Pautas para garantizar la excelencia en el servicio. Ideas propias Editorial S.L., 2010. ISBN: 8498393566, 9788498393569. 104 p. p. 2

⁸ Ibíd., p. 2

Por lo tanto para mejorar la satisfacción del cliente es preciso llevar a cabo las siguientes acciones:⁹

- *Entender qué puede salir mal:* Los gerentes, en especial aquellos que tienen contacto directo con el cliente, deben entender que infinidad de cosas pueden salir mal al cubrir las necesidades y deseos del cliente. Aunque algunos factores simplemente son incontrolables, los gerentes deben estar conscientes de ellos y prepararse para responder, siempre que sea posible.
- *Enfocarse en los aspectos controlables:* La clave es estar pendiente de los factores incontrolables, pero concentrarse más en las cosas que se puedan controlar en forma directa. Es preciso administrar la calidad del producto central, sin esto, la empresa tiene pocas probabilidades de crear satisfacción en el cliente, mucho menos de desarrollar o mantener relaciones a largo plazo con los clientes.
- *Manejar las expectativas de los clientes.* Las expectativas son una parte clave de la satisfacción del cliente. Sin embargo, la administración de las relaciones con el cliente consiste en algo más que prometer sólo lo que puedes ofrecer. Para manejar realmente las expectativas, se debe educar a los clientes sobre cómo sentirse satisfechos con la empresa y sus productos.
- *Ofrecer garantías de satisfacción.* Las empresas que se preocupan por la satisfacción del cliente respaldan sus ofrecimientos garantizando la satisfacción o la calidad del producto. Para los clientes, las garantías reducen el riesgo de comprar a la empresa y dan a los clientes un punto de apoyo en caso de que tengan alguna queja.

⁹FERRELL, O. C. y HARTLINE Michael D. Estrategia de Marketing: satisfacción y retención de clientes. Tercera edición. Cengage Learning Editores, 2006. ISBN: 9706864962, 9789706864963. 468 p. p. 125-127

- *Facilite las quejas a los clientes.* Más de 90 por ciento de los clientes insatisfechos nunca se quejan, simplemente se van a otra parte para cubrir sus necesidades. Para contrarrestar este problema, se deben facilitar las quejas a los clientes. Ya sea por correo, teléfono, correo electrónico o en persona, las empresas que se preocupan por la satisfacción de sus clientes convertirán sus quejas en parte importantes de sus esfuerzos de investigación. Sin embargo, no basta con llevar un seguimiento de las quejas, la empresa también debe estar dispuesta a escuchar y actuar para rectificar los problemas con sus clientes.

- *Crear programas de lealtad.* Una de las mejores formas de retener a los clientes es ofrecerles incentivos por seguir siendo leales a través del tiempo. La idea detrás de todos ellos es crear lazos financieros y estructurales que vinculen a los clientes con el negocio.

- *Convertir la medición de la satisfacción del cliente en una prioridad continua.* Si no sabe qué es lo que los clientes quieren, necesitan o esperan, todo lo demás es un desperdicio de tiempo. Un programa continuo permanente para medir la satisfacción del cliente es uno de los fundamentos más importantes de la administración en las relaciones con los clientes.

1.5.1.2 Importancia de la satisfacción del cliente: Vivimos en una economía globalizada, lo que se traduce en mercados cada vez más competitivos. En todo el mundo, compañías y organizaciones deben esforzarse para alcanzar ese grado de singularidad con el que poder desmarcarse de sus competidores. A su vez, los clientes que adquieren productos y servicios buscan las empresas que mejores productos o servicios ofrecen y, si en su proceso de selección deciden pagar un precio más elevado por lo que adquieren, este aumento de precio debe reflejarse en una mayor calidad del producto o servicio. Los clientes, al tener la posibilidad de elegir entre un gran número de proveedores que ofrecen productos de calidad similar (productos paritarios), deben buscar más allá del producto físico para

obtener otras indicaciones de calidad. Estos clientes, en su ánimo de identificar al vendedor que mejor se adapte a sus necesidades, deben aferrarse a ciertas pautas, ciertas normas. En este proceso no sería de extrañar que se fijaran en las prácticas internas de los vendedores o en cualquier evidencia externa que refleje el enfoque que el vendedor otorga a la calidad de su producto. La práctica que mide la satisfacción del cliente es una práctica interna que señala la importancia que una empresa dedica a la calidad.¹⁰

La satisfacción del cliente es la clave para retenerlos. “Es más probable que los clientes totalmente satisfechos se conviertan en clientes leales o incluso en seguidores de la empresa y sus productos o servicios. Hay menos probabilidades de que los clientes satisfechos exploren proveedores alternativos, además de ser menos sensibles al precio. Por tanto, es menos probable que los clientes satisfechos cambien a la empresa por sus competidores. Es más probable que los clientes satisfechos corran la voz sobre la empresa y sus productos.”¹¹ dicho en otras palabras, un cliente satisfecho es fiel a la empresa y el producto o el servicio que adquiere y además puede convertirse en portavoz de la empresa siendo de forma indirecta un instrumento de publicidad positiva, mientras que si está insatisfecho no solo dejará de adquirir el producto sino que se encargara de desvirtuar la imagen de la organización.

De otro lado, coexiste una estrecha relación entre la satisfacción del cliente, la lealtad del cliente y la rentabilidad. Es decir, “las relaciones a largo plazo no son algo que simplemente sucede: se basan en la entrega del servicio y del valor; la

¹⁰VAVRA Terry G. Cómo medir la satisfacción del cliente según la ISO 9001:2000. Segunda edición. FC Editorial, 2003. ISBN: 8495428946, 9788495428943. 402 p. p. 23

¹¹FERRELL, O. C. y HARTLINE Michael D. Estrategia de Marketing: satisfacción y retención de clientes. Tercera edición. Cengage Learning Editores, 2006. ISBN: 9706864962, 9789706864963. 468 p. p. 125

atención al cliente paga grandes dividendos para las empresas. Los ingresos y la participación de mercado aumentan impulsados por las ventas repetidas y las referencias. Los costos bajan debido a que las empresas gastan menos fondos y energía tratando de reemplazar a los dientes perdidos.”¹²

1.5.1.3 Calidad y su relación con la satisfacción del cliente. En el sentido más estricto, la calidad se puede definir como "ausencia de defectos", pero las organizaciones que relacionan la calidad en términos de satisfacción, la definen como las características de un producto o servicio que afectan su capacidad para satisfacer las necesidades expresas o implícitas de los clientes, en otras palabras, la calidad tiene un impacto directo sobre el desempeño de los productos o servicios. Por tanto, está íntimamente ligada con el valor para los clientes y su satisfacción. Estas definiciones enfocadas en el cliente sugieren que la calidad parte de las necesidades del cliente y termina con la satisfacción del cliente. El objetivo fundamental del movimiento actual de calidad total es ahora la satisfacción total del cliente.¹³

“La calidad del servicio forma parte de la estrategia y es una de las cualidades más difíciles de imitar o copiar por empresas rivales. La forma de entender la calidad en la atención al cliente por parte de las organizaciones ha evolucionado durante los últimos años de manera significativa. El éxito competitivo de las empresas actuales va más allá de atraer y captar clientes para que adquieran sus productos y servicios; se centran también en lograr su satisfacción y fidelización

¹²CARL Mc Daniel y GATES, Roger H. Investigación de mercados. Cengage Learning Editores, 2005. ISBN: 9706863664, 9789706863669. 617 p. p. 8

¹³KOTLER Philip y ARMSTRONG, Gary fundamentos de marketing: marketing y calidad. México: Pearson Educación, 2003, ISBN: 9702604001, 9789702604006. 599 p. p. 11

para maximizar los beneficios económicos.”¹⁴ Las empresas saben que los clientes actuales persiguen la calidad en los productos, pues la asocian directamente con la satisfacción, es decir, un producto y servicio de calidad probablemente cumplirá con las expectativas y rendimiento a la vez que se generara emociones positivas en el cliente.

La calidad y la satisfacción del cliente se han convertido en las armas competitivas clave de la década del 2000. Hoy en día, muy pocas organizaciones pueden prosperar en el entorno actual sin un enfoque en la calidad, el mejoramiento continuo y la satisfacción del cliente. Las corporaciones en todo el mundo han implementado programas de mejoramiento de la calidad y de satisfacción en un esfuerzo por reducir sus costos, conservar a los clientes, incrementar la participación de mercado y por último, pero no en orden de importancia, mejorar sus productos de vanguardia.¹⁵

“El cliente representa el papel más importante en el tema de la calidad, pues es quien demanda de la empresa los bienes y servicios que necesita y luego es quien valora los resultados. Se trata de la persona que recibe los productos o servicios en el intento que hace la empresa de satisfacer sus necesidades y de cuya aceptación depende su permanencia en el mercado.”¹⁶ Esto quiere decir que el cliente es el que en últimas percibe la calidad del producto, por lo tanto es persona más indicada para poder valorarla o evaluarla.

¹⁴PÉREZ TORRES, Vanesa Carolina. Calidad total en la atención al cliente: Pautas para garantizar la excelencia en el servicio. Ideas propias Editorial S.L., 2010. ISBN: 8498393566, 9788498393569. 104 p. p. 2

¹⁵CARL Mc Daniel y GATES, Roger H. Investigación de mercados. Cengage Learning Editores, 2005. ISBN: 9706863664, 9789706863669. 617 p. p. 6

¹⁶PÉREZ TORRES, Vanesa Carolina. Calidad total en la atención al cliente: Pautas para garantizar la excelencia en el servicio. Ideaspropias Editorial S.L., 2010. ISBN: 8498393566, 9788498393569. 104 p. p. 2

1.5.1.4 Valoración del grado o nivel de satisfacción del cliente. Es esencial conocer las exigencias, expectativas y opiniones del cliente, porque esto permite proporcionar una mejor comprensión del modo en que los clientes definen la calidad de los servicios y productos. De esta forma, si se comprende las exigencias y necesidades del cliente, se estará en una posición mejor para saber el modo de satisfacerle. Para lograr este objetivo se requiere el desarrollo de los siguientes pasos: ¹⁷

1) *Identificación de las dimensiones de los factores que definen la calidad y la satisfacción del cliente:* esta lista de dimensiones puede generarse de diferentes formas y utilizarse diferentes fuentes de información; para el caso se tendrá en cuenta los siguientes factores:

- Actitud de funcionarios
- Atención al cliente
- Servicio de venta
- Disposición del personal colaborador
- Cordialidad en la prestación del servicio
- Competencia del personal colaborador
- Conocimientos médicos
- Tiempo de respuesta de la organización ante requerimientos del cliente
- Conveniencia de las instalaciones físicas, equipos e instrumentos utilizados en los procesos

2) *Desarrollo o aplicación del cuestionario:* sus preguntas evaluarán el grado de satisfacción que tienen los clientes sobre cada una de las dimensiones de la calidad. Incluye información sobre la identificación de las necesidades y

¹⁷HAYES, Bob E. Cómo medir la satisfacción del cliente: desarrollo y utilización de cuestionarios. Gestión 2000, 2002. ISBN: 848088696X, 9788480886963. 1978 p. 20

exigencias de los clientes. El desarrollo del cuestionario es el segundo paso del proceso. Este paso tiene muchos componentes específicos. Su objetivo final es desarrollar un cuestionario que permita la valoración de una información concreta, sobre las percepciones de sus clientes. La información específica debería corresponderse con las exigencias subyacentes del cliente.

3) *Valoración final de las respuestas*: en esta parte se evidenciara las apreciaciones de los clientes (usuarios), estableciendo el grado de satisfacción, a través de la validación de exigencias, expectativas, percepciones y opiniones del cliente.

1.5.1.5 El sistema de salud y la satisfacción de los usuarios. Dado que este estudio se encuentra enfocado al sector salud, se hace necesario hacer referencia teórica al concepto de sistema de salud. para iniciar hay que decir que un sistema puede concebirse como “un conjunto de unidades o elementos interrelacionados que conforman una entidad u organismo que persigue un objetivo o finalidad identificable,”¹⁸ en tanto que la salud según la OMS es el estado de completo bienestar físico, mental y social y no solamente la ausencia de enfermedad o afecciones. En conjunto el sistema de salud puede definirse como “el conjunto ordenado de instituciones, personas, legislación y procedimientos que articuladamente confluyen en un objetivo: un mejor nivel de salud para una comunidad determinada.”¹⁹

Como instituciones del sistema de salud están las IPS que son las *Instituciones prestadoras de salud*, entre ellas hospitales, clínicas, laboratorios, consultorios,

¹⁸BLANCO RESTREPO, Jorge Humberto y MAYA MEJÍA, José María. Fundamentos de salud pública T.II 2 Ed: Administración de servicios de salud. Corporación para Investigaciones Biológicas, 2005. ISBN: 9589400868, 9789589400869. 208 p. p. 11

¹⁹ *Ibíd.*, p. 12

entre otras, que prestan el servicio de salud. Pueden ser públicas o privadas. Para efectos de clasificación en niveles de complejidad y de atención se caracterizan según el tipo de servicios que habiliten y acreditan, es decir su capacidad instalada, tecnología y personal y según los procedimientos e intervenciones que están en capacidad de realizar.²⁰

Satisfacción de los usuarios del sistema de salud. La aportación de los Sistemas de Salud a la mejoría del nivel de salud de la población ha sido muy cuestionada a lo largo del último cuarto de siglo. En general, hasta ahora, para analizar el estado de salud de una comunidad se habían utilizado indicadores negativos (morbimortalidad). Un estudio global de lo acontecido durante el último siglo y medio demuestra que los avances en la alimentación, en las condiciones de vida y en la higiene medioambiental son los factores que más han contribuido a mejorar las citadas tasas. Si deseamos progresar en este terreno se hace imprescindible utilizar nuevos indicadores de salud, mucho más complejos que los manejados en los estudios previos, y análogos a los recomendados por la OMS.²¹

Cada vez se da mayor importancia a la satisfacción de los usuarios como indicador de calidad percibida. En ella influyen múltiples factores, como las experiencias previas y las características psicológicas individuales. Aunque resulta difícil relacionar la satisfacción de los usuarios con la bondad de los Sistemas de Salud, algunos estudios han evidenciado que la satisfacción es menor en los países con provisión exclusiva de servicios públicos. Otros autores han encontrado una correlación entre el mayor gasto sanitario per cápita y un más elevado porcentaje de usuarios satisfechos. La falta de cobertura sanitaria de una proporción elevada de la

²⁰ PÁEZ, Carlos A. Salud O. SENA. [citado el 15 de agosto de 2013]. Disponible en internet en: <http://saludosenapaezc.blogspot.com/2011/05/definicion-sgsss-eps.html>

²¹GARCÍA CABALLERO, Carlos y GONZÁLEZ MENESES, Antonio. Tratado de pediatría social: los actores principales que intervienen en el sistema de salud. Edición ilustrada. Barcelona: Ediciones Díaz de Santos, 2000. ISBN. 8479784393, 9788479784393. 875 p. p. 806

población, la necesidad de que los pacientes contribuyan directamente en el pago de una parte del coste de los servicios o la incertidumbre sobre el futuro en caso de enfermedad, influyen en la insatisfacción de la población.²²

Como se ha podido apreciar, existen múltiples variables que inciden en los resultados obtenidos y en el buen funcionamiento de los Sistemas de Salud. En otras ocasiones no es tan fácil averiguar los motivos de las limitaciones y de las desigualdades que se observan en los mismos. Las medidas para mejorarlos dependen de otros factores: situación original, objetivos políticos, intereses de los “actores”, condicionamientos socioeconómicos, valores culturales y costumbristas, entre otros.²³

1.6 MARCO INSTITUCIONAL

La IPS Servicios Integrales de Salud VAQNAR S.A.S., es una Institución Prestadora de Servicios de Primer Nivel de atención, en Medicina General, Salud Ocupacional y Vacunación, actualmente se encuentra ubicada en la calle 22 N° 9-27 Interior 203 Edificio Centro Médico y de Servicios Profesionales “ANDALUZ”. Sus lineamientos estratégicos se definen a través de la misión, visión, objetivos, valores y principios.

Misión Servicios Integrales de Salud VAQNAR S.A.S. IPS, **es una** institución prestadora de servicios de primer nivel de atención en medicina general, fisioterapia, psicología, salud ocupacional, enfermería, promoción y prevención de la salud, ofreciendo el servicio de vacunación para los viajeros, niños, adulto mayor, trabajadores, estudiantes, con el fin de disminuir el impacto epidemiológico de las enfermedades inmunoprevenibles, suministrando servicios de excelencia a nuestros clientes.

²² Ibíd., p. 806

²³ Ibíd., p. 806

Visión: Posicionarnos en el mercado departamental como una empresa innovadora, que ofrezca las mejores opciones en promoción y prevención (vacunación) respaldada por estándares de excelencia en la asistencia y conocimiento científico de sus profesionales, generando los más altos niveles de satisfacción de los clientes, y consolidarnos como una institución líder en la prestación de Servicios Integrales de Salud, con una amplia cobertura en la población, contribuyendo a la disminución de ausentismo laboral y escolar.

OBJETIVOS: Servicios Integrales de Salud Vaqnar S.A.S. IPS, desarrolla actividades de promoción y prevención en salud, con medios y recursos disponibles para el desarrollo de atención domiciliaria de primer nivel de atención, con excelencia. Por tanto sus objetivos corporativos son

- Orientar el planeamiento Institucional para las adquisiciones y suministros, propendiendo por el empleo óptimo y oportuno de los recursos.
- Administrar los recursos y bienes al servicio de la Institución forma Diáfana, y efectiva.
- Realizar actividades de promoción y prevención en salud para el personal de trabajadores de las empresas.

Ejercer actividad continua en el programa de inmunización a la población.

- Realizar las actividades concernientes al desarrollo del programa de salud ocupacional dirigidas a las empresas.
- Fortalecer el área de gestión de la calidad y atención al usuario, buscando concientizar al personal de la salud de la Institución, en la importancia de una atención más humana a todos usuarios.
- Continuar con la gestión de crear cultura de control interno, como pilar fundamental en la planeación y cumplimiento del plan de acción Institucional.
- Optimizar la utilización del recurso humano de acuerdo al personal disponible.
- Asesorar y velar por la correcta ejecución del presupuesto asignado por el área Administrativa.

- Asegurar a los usuarios una atención en salud oportuna con los recursos disponibles en la Institución y la red externa.
- Actualizar el perfil epidemiológico de la población atendida, para que se establezcan pautas concretas en los programas de promoción y prevención.

VALORES: Ennoblecen la conducta basada en normas éticas e implican la aceptación consiente del sistema consentido para pensar y proceder de manera correcta. Los valores se desarrollan con la repetición de las acciones, conformando el carácter moral de la personas. Por ello resulta factible su aprendizaje así como la posibilidad de transmitirlos.

Servicio: Es una acción que se verá reflejada en el usuario con el apoyo de profesionales capacitados, ofreciendo seguridad y confianza tanto a pacientes y familiares, como a las empresas.

Compromiso: Estamos obligados como Empresa Integral de Salud a capacitarnos para estar a la vanguardia en la prestación de nuestros servicios para satisfacción de los usuarios.

Ética Profesional: Como un grupo destacado de profesionales y con el ánimo de prestar unos óptimos servicios actuaremos ciñéndonos a las normas que regulan nuestro servicio profesional.

Disciplina: Actuamos en acatamiento a las normas y procedimientos establecidos con nuestros relacionados.

Equidad: Establecemos vínculos de beneficios mutuos con nuestros usuarios, actuando con rectitud y participación abierta.

Excelencia: Buscamos dar la máxima eficiencia mediante el mejoramiento continuo de los procesos.

PRINCIPIOS: Rigen los actos del personal de SERVICIOS INTEGRALES DE SALUD VAQNAR S.A.S. IPS, inspiran su desarrollo y constituyen la razón de su existencia. Los valores por su parte justifican su vida y determinan sus ideales

Los principios permanecen inalterables y no dependen de las circunstancias de modo, tiempo y lugar que deban aplicarse. Los principios están implícitos la característica fundante que rige el ambiente estratégico de la Institución.

Respeto: Actitud o trato considerado hacia nuestros usuarios teniendo siempre en cuenta las necesidades y opiniones de las personas.

Honestidad: No actuaremos en contra de los que se considere correcto desde el punto de vista moral, ético y profesional.

Integridad: Manejo transparente y sinceridad en la relación con nuestros clientes.

Responsabilidad: Asumimos el compromiso de crear programas médicos acordes con los riesgos laborales.

Sensibilidad: Impulsamos el bienestar y desarrollo de nuestros usuarios, brindándoles atención de manera respetuosa, discreta y coherente.

1.7 MARCO CONCEPTUAL

Para comprender mejor esta propuesta y su respectivo desarrollo se hace necesario hacer referencia a los siguientes conceptos claves:

- **Actitud:** Idea cargada de emoción que predispone a un tipo de acción frente a una situación específica, es una respuesta inmediata a la percepción.²⁴
- **Actitud de funcionarios:** El modo o manera como los funcionarios de la IPS atienden a los usuarios.
- **Atención al cliente:** Es el servicio que se presta a los usuarios con motivo de requerimientos médicos, reclamaciones o sugerencias.
- **Calidad:** Son las características positivas del servicio de salud que afectan la capacidad para satisfacer las necesidades expresas o implícitas de los usuarios, en otras palabras, es el impacto directo sobre el desempeño del servicio recibido.
- **Cliente:** Para el caso es el mismo usuario o personas que recibe el servicio de salud que presta la IPS.
- **Competencia del personal:** Es la capacidad, idoneidad y aptitud que demuestran los funcionarios, referente a sus conocimientos sobre el tema a tratar con los usuarios.
- **Conocimientos médicos:** Es la sabiduría o sapiencia que tiene el personal de la salud para poder definir las necesidades de salud de los usuarios, entenderla y resolverla favorablemente.

²⁴ RIVERA CAMINO, Jaime; AVELLANA CUEVAS, Rolando y MORENO AYALA, Víctor. Conducta de consumidor: estrategias tácticas aplicadas al marketing. Segunda edición: Madrid: 2009

- **Cordialidad del personal:** Es la sencillez, naturalidad, respeto, franqueza o familiaridad con la que los funcionarios y personal médico atiende los usuarios cuando estos requieren de su servicio o de información.
- **Cuestionario:** Transmite la necesidad de investigación del investigador a las personas entrevistadas y tiene que facilitar el registro de las respuestas de los entrevistados.²⁵
- **Disposición del personal:** Es la habilidad, destreza o forma con la que los funcionarios reciben y atienden a los usuarios.
- **Equipos e instrumentos médicos:** Son los dispositivos o aparatos que se utilizan para poder prestar el servicio de salud de forma eficiente.
- **Grado de satisfacción:** El valor que define o califica la reacción, sentimiento y sensación que el usuario experimenta al momento de adquirir y beneficiarse del servicio de salud ofrecido por la IPS.
- **Instalaciones físicas:** Hace referencia a los muebles e inmuebles utilizados para prestar el servicio de salud.
- **Investigación de mercados:** Se define como la búsqueda y obtención de datos relevantes, oportunos, eficientes y exactos que tiene como objetivo reducir el riesgo en la toma de decisiones comerciales y de marketing.²⁶

²⁵ FERNÁNDEZ NOGALES, Ángel. Investigación y técnicas de Mercado. Segunda edición. Madrid: ESIC Editorial, 2004, 292 p.

²⁶ CASTILLO PUENTE, Ángel María. 18 Axiomas Fundamentales de la Investigación de Mercados. ISBN: 8497452240, 9788497452243. Netbiblo, 2008. 96 p. p. 19

- **IPS VAQNAR:** Institución Prestadora de Servicios de Primer Nivel de atención, en Medicina General, Salud Ocupacional y Vacunación para los viajeros, niños, adulto mayor, trabajadores y estudiantes.
- **IPS:** Instituciones prestadoras de servicio de salud.
- **Marketing:** Función organizacional y conjunto de procesos para crear, comunicar y transmitir valor a los clientes. Así como para manejar las relaciones con los clientes de modo que beneficien a la organización y a los grupos de interés.²⁷
- **Percepciones:** Significado que una persona atribuye a los estímulos que recibe promedio de alguno de los sentidos dentro de estos están los estímulos individuales.
- **Satisfacción del cliente:** La comparación entre las expectativas y el servicio que reciben los usuarios o la emoción subyacente a la confirmación de expectativas acerca de la experiencia de consumo.
- **Satisfacción:** Es la reacción, sentimiento y sensación que el usuario experimenta al momento de adquirir y beneficiarse del servicio de salud ofrecido por la IPS.
- **Tiempo de respuesta:** Es el periodo en el cual los usuarios reciben una confirmación a sus solicitudes o quejas.

²⁷KURTZ, David y BOONE Louis E., Marketing Contemporáneo. México: 15a. Edición. ISBN-10: 607481712X. 2012. 792 p.

- **Usuario:** Para el caso son los clientes, es decir, la persona que recibe y valora el servicio que presta la IPS.

1.8 MARCO LEGAL

Esta propuesta se fortalece legalmente en la constitución política de Colombia y las leyes que se refieren a continuación:

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA DE 1191

Artículo 49. La atención de la salud y el saneamiento ambiental son servicios públicos a cargo del Estado. Se garantiza a todas las personas el acceso a los servicios de promoción, protección y recuperación de la salud.

Artículo 50. Todo niño menor de un año que no esté cubierto por algún tipo de protección o de seguridad social, tendrá derecho a recibir atención gratuita en todas las instituciones de salud que reciban aportes del Estado.

LEY 100 DE 1993 (Diciembre 23) Por la cual se crea el sistema de seguridad social integral y se dictan otras disposiciones. Libro II El sistema general de seguridad social en salud. Título I. Disposiciones generales Capítulo I. Objeto, fundamentos y características del sistema.

Artículo 152. Objeto. La presente Ley establece el Sistema General de Seguridad Social en Salud, desarrolla los fundamentos que lo rigen, determina su dirección, organización y funcionamiento, sus normas administrativas, financieras y de control y las obligaciones que se derivan de su aplicación.

Los objetivos del Sistema General de Seguridad Social en Salud son regular el servicio público esencial de salud y crear condiciones de acceso en toda la población al servicio en todos los niveles de atención.

Artículo 155. Integrantes del sistema general de seguridad social en salud. El Sistema General de Seguridad Social en Salud está integrado por las Instituciones Prestadoras de Servicios de Salud, públicas, mixtas o privadas.

Artículo 159. Garantías de los afiliados. Se garantiza a los afiliados al Sistema General de Seguridad Social en Salud la debida organización y prestación del servicio público de salud, en los siguientes términos:

1. La atención de los servicios del Plan Obligatorio de Salud del artículo 162 por parte de la Entidad Promotora de Salud respectiva a través de las Instituciones Prestadoras de servicios adscritas.
4. La escogencia de las Instituciones Prestadoras de Servicios y de los profesionales entre las opciones que cada Entidad Promotora de Salud ofrezca dentro de su red de servicios.

DECRETO 2174 DE 1996: por medio del cual se organiza el Sistema Obligatorio de Garantía de Calidad del Sistema General de Seguridad Social en Salud y se definen campo de aplicación, organización y objetivos del sistema, así como características de la calidad.

Artículo 1º. Campo de aplicación: Las disposiciones del presente Decreto se aplicarán a todas las Personas Naturales y Jurídicas, que integran el Sistema General de Seguridad Social en Salud.

DECRETO 2240 DE 1996: Por el cual se dictan normas en lo referente a las condiciones sanitarias que deben cumplir las instituciones prestadoras de servicios de salud.

Artículo 1º. Definición. Para efectos del presente decreto se definen como establecimientos hospitalarios y similares, todas las instituciones prestadoras de servicios de salud, públicas, privadas o mixtas, en las fases de promoción, prevención, diagnóstico, tratamiento y rehabilitación física o mental.

Artículo 3º. Campo de aplicación. Las disposiciones del presente decreto se aplicarán a todas las instituciones prestadoras de servicios de salud.

Cuando no se indique expresamente, debe entenderse la obligatoriedad de los requisitos para todas las instituciones prestadoras de servicios de salud.

Las edificaciones, donde a la fecha de la expedición del presente decreto, funcionen las instituciones prestadoras de servicio de salud, deberán adecuarse a las disposiciones aquí contenidas de acuerdo al plan de cumplimiento que se establezca de común acuerdo con la Dirección Seccional, Distrital o Local de Salud competente o su equivalente.

DECRETO 1392 DE 1997; por medio del cual se ampliaba el plazo para el cumplimiento de las condiciones sanitarias descrita en el decreto 2240.

DECRETO 2753 DE 1997; Por el cual se dictan las normas para el funcionamiento de los prestadores de servicios de salud en el Sistema General de Seguridad Social en Salud además se describen las Modalidades y complejidad de la atención y calidad de los servicios.

DECRETO 204 DE 1998; por medio del cual se amplían los plazos descritos en los decretos 1392 y 2753 de 1997 para el cumplimiento de las condiciones sanitarias y se establece el sistema de costos y facturaciones para las entidades cuyo patrimonio exceda los 200 salario mínimos legales.

Decreto 1011 de 2006, Por el cual se **establece** el Sistema Obligatorio de Garantía de Calidad de la Atención de Salud del Sistema General de Seguridad Social en Salud.

Artículo 1°. Campo de aplicación. Las disposiciones del presente decreto se aplicarán a los Prestadores de Servicios de Salud, las Entidades Promotoras de Salud, las Administradoras del Régimen Subsidiado, las Entidades Adaptadas, las Empresas de Medicina Prepagada y a las Entidades Departamentales, Distritales y Municipales de Salud.

LEY 1122 DE 2007 (enero 9): Por la cual se hacen algunas modificaciones en el Sistema General de Seguridad Social en Salud y se dictan otras disposiciones.

Artículo 1°. Objeto. La presente ley tiene como objeto realizar ajustes al Sistema General de Seguridad Social en Salud, teniendo como prioridad el mejoramiento en la prestación de los servicios a los usuarios. Con este fin se hacen reformas en los aspectos de dirección, universalización, financiación, equilibrio entre los actores del sistema, racionalización, y mejoramiento en la prestación de servicios de salud, fortalecimiento en los programas de salud pública y de las funciones de inspección, vigilancia y control y la organización y funcionamiento de redes para la prestación de servicios de salud.

1.9 DISEÑO METODOLÓGICO

1.9.1 Tipo de estudio. Para poder evaluar el grado de satisfacción en el servicio de los usuarios de la IPS Servicios Integrales de Salud “VAQNAR” ubicada en la ciudad de Tunja Boyacá, fue necesario combinar el estudio exploratorio con el analítico; debido a que el estudio exploratorio “se refiere a un primer acercamiento que el investigador tiene con el problema o fenómeno que estudia, con el objeto de realizar un análisis descriptivo del mismo y contar con elementos para precisar los problemas;”²⁸ en este caso la exploración permitió el acercamiento de la investigadora a los usuarios de la IPS para conocer sus opiniones, en tanto que el análisis llevó a obtener una apreciación general del nivel de satisfacción que luego fue descrita en el documento para que los directivos de la IPS tomen las medidas y correctivos necesarios.

1.9.2 Enfoque del estudio. Debido a que el objetivo de este estudio fue el conocimiento de la satisfacción del cliente, se utilizaron dos enfoques, el enfoque cualitativo y cuantitativo, el enfoque cualitativo, porque este enfoque “tiende a comprender la realidad social como el producto de un proceso histórico de construcción visto a partir de múltiples lógicas presentes en los diversos y heterogéneos actores sociales, y por tanto desde sus aspectos particulares, recatando la interioridad de sus protagonistas,”²⁹ es decir, el enfoque cualitativo permitió percibir apreciaciones particulares sobre las cualidades o argumentos que tienen los usuarios en relación al servicio que presta la IPS VAQNAR, de tal forma que se pueda conocer el grado de satisfacción de estos actores sociales y

²⁸ROJAS SORIANO, Raúl Investigación social: teoría y praxis. Séptima edición. México: Plaza y Valdés, 1995. 220 p. p. 144

²⁹GALEANO M. María Eumelia. Diseño de proyectos en la investigación cualitativa. Bogotá Colombia: Universidad Eafit, 2004. 82 p. p. 24

el enfoque cuantitativo por cuanto va de lo general a lo particular midiendo determinados grados de satisfacción de los clientes de la IPS VAQNAR.

1.9.3 Método de estudio. El método de estudio a aplicar en este caso fue el deductivo, pues este método “utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos para llegar a conclusiones de carácter general.” ³⁰ esto quiere decir que se tomó la información de cada usuario como validada, para luego realizar un análisis que permitió obtener conclusiones generales y objetivas que definieron el grado de satisfacción de dichos usuarios.

1.9.4 Fuentes de información. La información requerida para poder evaluar el grado de satisfacción en el servicio de los usuarios de la IPS “VAQNAR” ubicada en la ciudad de Tunja Boyacá, provino tanto de fuentes primarias y como de fuentes secundarias.

Las fuentes primarias: Son los usuarios de la IPS “VAQNAR”, personal de la Policía Nacional, Ejército Nacional, Armada Nacional, Fuerza Aérea Universidades, Centros Hospitalarios Veterinarios, Peluquerías,

Fuentes secundarias: Proporcionan datos ya elaborados y recogidos previamente, pueden ser internas o externas a la empresa o a la organización.³¹ En el caso de la internas es la información acumulada por la empresa en el pasado, estudios de mercados anterior, cifras de ventas, trámites administrativos, datos de la

³⁰BERNAL TORRES, Cesar Augusto. Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Segunda edición. México: Pearson Educación, 2006. 286 p. p. 56

³¹FERNÁNDEZ NOGALES, Ángel. Investigación y técnicas de Mercado. Segunda edición. Madrid: ESIC Editorial, 2004, 292 p.

competencia. En tanto que las fuentes externas están dadas por estadísticas, estudios e informes del sector de la salud.

1.9.5 Población Objetivo. La población objeto de estudio fue los 700 usuarios de la IPS VAQNAR los cuales reciben servicios de vacunación con una muestra hallada donde:

Para hallar una muestra confiable se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 * P * q * N}{(E^2 * N) + (Z^2 * P * q)}$$

Dónde:

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población

Z: Nivel de confianza deseado. En este caso el valor es 1.96 equivalente al 95% de fiabilidad

P: Factor de aceptación de la muestra. En este caso el 50% (0.50)

q: Factor de rechazo de la muestra. En este caso el 50% (0.50)

E: Porcentaje de error admisible para la muestra. En este caso el 5% (0.05)

Entonces:

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.50 * 0.50 * 700}{((0.05)^2 * 700) + ((1.96)^2 * 0.50 * 0.50)} = 259$$

En este caso la muestra es de 259 encuestados.

1.9.6 Instrumentos de recolección de la información. Para lograr los objetivos propuestos en este estudio se tomó la encuesta³² como instrumentos de

³² A diferencia de la entrevista, la encuesta utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito. Ese listado se denomina cuestionario

recolección de la información, pues esta técnica de investigación permitió obtener datos y conocer la opinión de los usuarios de la IPS referente a la calidad del servicio que reciben, para así poder definir el grado de satisfacción de los mismos. Este cuestionario fue enfocado directamente a los usuarios y las preguntas que se realizaron fueron cerradas con cinco opciones de respuesta, construidas de tal forma que pudieran dar solución a los objetivos o fines específicos propuestos. Ver anexo A.

1.9.7 Alcances del estudio. Este estudio además de ser un documento académico, servirá de fuente de información y base de toma de decisiones para los directivos de la IPS VAQNAR. Es decir, la información que se pretendió recolectar a la través de la encuesta evidenció la opinión y percepción de los usuarios referente a la actitud, atención, servicio y disposición de los colaboradores de la empresa, así como el nivel de cordialidad, competencia, disposición y conocimientos del personal de la salud que labora en la IPS, además se conoció lo que piensan los usuarios de las instalaciones físicas, equipos e instrumentos utilizados en los procesos médicos y el servicio en general.

2. PERCEPCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA IPS “VAQNAR” EN RELACIÓN CON LA ACTITUD, ATENCIÓN Y SERVICIO DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO Y DE SERVICIO

Para evaluar el grado de satisfacción en el servicio de los usuarios de la IPS Servicios Integrales de Salud “VAQNAR” ubicada en la ciudad de Tunja Boyacá, se aplicó un cuestionario de 18 preguntas, con el cual se buscó medir la satisfacción evaluando once factores dentro de los que se cuenta: la actitud, atención, servicio, cordialidad, competencia, disposición, conocimientos, oportunidad, coherencia, instalaciones físicas y tecnología.

La prueba se aplicó a 259 usuarios del servicio, los cuales podían elegir cinco opciones de respuesta (siempre, casi siempre, algunas veces, casi nunca y nunca). Las preguntas son condicionadas a las siguientes opciones de respuestas y calificaciones:

Cuadro 2. Valoración o calificación de las posibles respuestas

	POSIBLE RESPUESTA				
	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	casi nunca	Nunca
Calificación	5	4	3	2	1

Fuente: La Autora

Puntualmente, en este capítulo se analiza la actitud, atención y servicio del personal administrativo y de servicio, aspectos que se consideran relevantes al momento de evaluar la satisfacción de los clientes, que para el caso son los usuarios de los servicios de la IPS Servicios Integrales de Salud “VAQNAR”; es decir, la satisfacción del cliente en relación a los servicios de salud está relacionada directamente con la percepción que tiene el usuario del comportamiento, disponibilidad y entrega que muestran las personas que los atienden desde que entra a la entidad hasta que recibe el servicio pactado.

2.1 ACTITUD

Es el estado de ánimo que expresa el personal administrativo y de servicio de la IPS Servicios Integrales de Salud “VAQNAR” cuando tienen que atender a los usuarios; esta actitud puede ser positiva o negativa, aunque para el caso se refiere directamente al estado de la disposición física, emocional y mental, que se evidencia en la respuesta que el personal trasmite a los clientes. Para evaluar este factor se aplicó dos preguntas en donde ese obtuvo las siguientes respuestas.

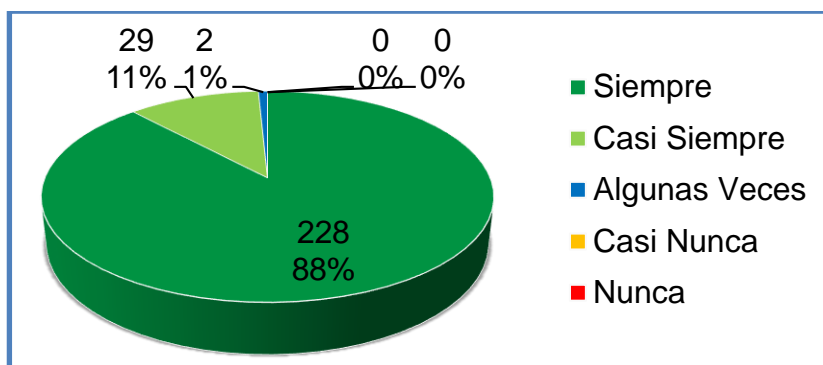
Pregunta 1: *Recibe una orientación adecuada por parte del personal encargado de brindarla.* Ante esta pregunta el 88% y 11% los usuarios contestaron que siempre o casi siempre el personal de la IPS presenta una actitud adecuada; en tanto que tan solo el 1% asiente que solo algunas veces perciben una buena atención. En términos generales, conforme a la calificación de cada opción de respuesta y el promedio calculado equivalente a 4.87 por aproximación 5, se considera así que siempre el usuario obtiene o percibe una actitud adecuada en la atención por parte del personal que tiene la función de brindarla, como se muestra en el cuadro 3 y gráfico 1.

Cuadro 3. Orientación adecuada en el servicio

	No. de respuestas	Porcentaje	Calificación	(%*C)
Siempre	228	88%	5	4,40
Casi Siempre	29	11%	4	0,45
Algunas Veces	2	1%	3	0,02
Casi Nunca	0	0%	2	-
Nunca	0	0%	1	-
Total	259	100%		4,87

Fuente: La Autora

Gráfico1.Orientación adecuada en el servicio



Fuente: La Autora

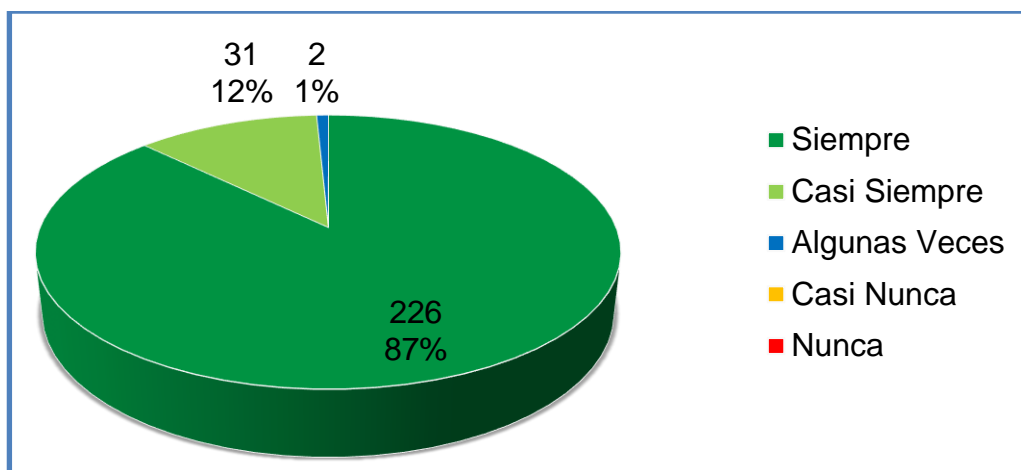
Pregunta 2. El comportamiento y actitud del personal que lo atiende le transmite seguridad y confianza. Ante esta pregunta el 87% y 12% de los usuarios respondieron que siempre o casi siempre, ellos están seguros y confían en las personas que les suministran información y les prestan el servicio de vacunación. En tanto que un mínimo porcentaje del 1% algunas veces desconfían y se sienten inseguros durante la prestación del servicio. En términos generales, conforme a la calificación de cada opción de respuesta y el promedio calculado equivalente a 4,86 por aproximación 5, se concluye entonces que siempre el usuario se siente confiado y fuera de peligro cuando recibe el servicio porque el personal le proyecta una actitud positiva, como se muestra en el cuadro 4 y gráfico 2.

Cuadro 4. Seguridad y confianza en el comportamiento y actitud del personal que atiende

	No. de respuestas	Porcentaje	Calificación	(%*C)
Siempre	226	87%	5	4,36
Casi Siempre	31	12%	4	0,48
Algunas Veces	2	1%	3	0,02
Casi Nunca	0	0%	2	-
Nunca	0	0%	1	-
Total	259	100%		4,86

Fuente: La Autora

Gráfico 2. Seguridad y confianza en el comportamiento y actitud del personal que atiende



Fuente: La Autora

2.2 ATENCIÓN

En este caso la atención hace referencia al cuidado y la forma como el personal administrativo y de servicio se ocupa de las necesidades de los usuarios que acuden a la IPS Servicios Integrales de Salud “VAQNAR”. En el caso el nivel de atención se midió a través de una pregunta.

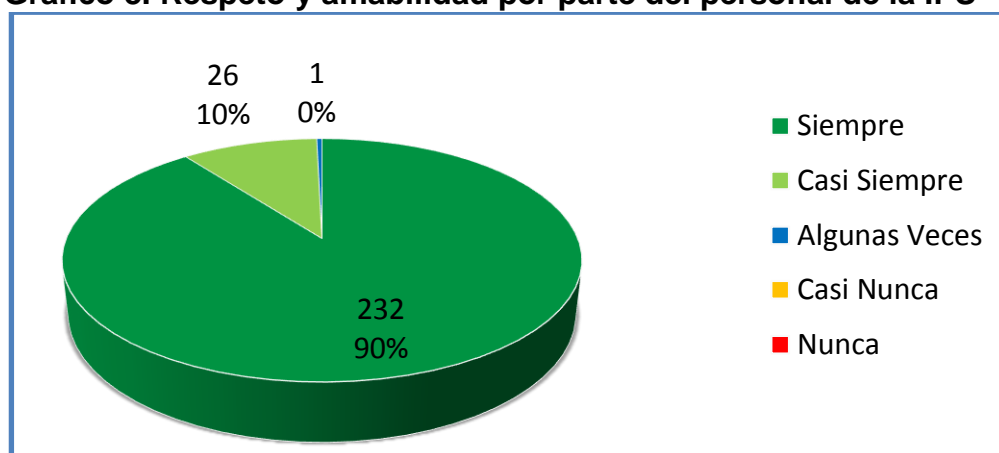
Pregunta 3. Desde que ingresa a la entidad recibe una atención respetuosa y amable por parte del personal encargado. A esta pregunta el 90% asintió que siempre es atendido con amabilidad y respeto; en tanto que el 10% afirma que casi siempre percibe estas actitudes del personal que le presta el servicio. En términos generales, conforme a la calificación de cada opción de respuesta y el promedio calculado equivalente a 4,89 por aproximación 5, se considera así que siempre el personal es cortés, educado y atento con los usuarios, como se muestra en el cuadro 5 y gráfico 3.

Cuadro 5. Respeto y amabilidad por parte del personal de la IPS

	No. de respuestas	Porcentaje	Calificación	(%*C)
Siempre	232	90%	5	4,48
Casi Siempre	26	10%	4	0,40
Algunas Veces	1	0,4%	3	0,01
Casi Nunca	0	0%	2	-
Nunca	0	0%	1	-
Total	259	100%		4,89

Fuente: La Autora

Gráfico 3. Respeto y amabilidad por parte del personal de la IPS



Fuente: La Autora

2.3 CALIDAD DEL SERVICIO

En este caso este factor o elemento de satisfacción del cliente está relacionado directamente con las acciones que se toman en la IPS Servicios Integrales de Salud “VAQNAR” para satisfacer las necesidades de los usuarios. En otras palabras el servicio de salud que presta esta organización, se define como la asistencia sanitaria enfocada específicamente a la vacunación, con lo cual se buscan la promoción de la salud de las personas. Para medir la satisfacción del cliente referente al servicio que recibe se realizaron tres preguntas relacionadas con la higiene, seguridad y respuesta oportuna en el servicio.

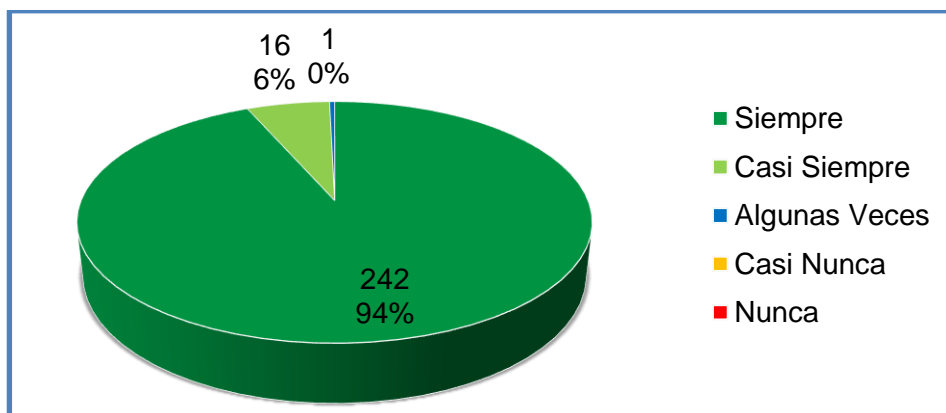
Pregunta 4: El personal practica todas las normas de higiene al momento de hacer efectivo el servicio de vacunación. Según respuestas obtenidas el 93% de los usuarios asienten que efectivamente siempre la IPS se preocupa por prestar un servicio que cumpla con las normas y protocolos de higiene, el 6% asiente que esto sucede casi siempre y tan solo un 0.4% considera solo algunas veces se procede según normas establecidas en el área. A nivel general, de acuerdo con la calificación de cada opción de respuesta y el promedio calculado equivalente a 4,93 por aproximación 5, se concluye de esta forma que siempre el personal de la IPS cuenta con los conocimientos, protocolos y técnicas que deben ser aplicados para controlar los factores que pueden tener efectos nocivos sobre la salud, como se muestra en el cuadro 6 y gráfico 4.

Cuadro 6. Aplicación de normas de higiene y sanitarias en el servicio

	No. de respuestas	Porcentaje	Calificación	(%*C)
Siempre	242	93%	5	4,67
Casi Siempre	16	6%	4	0,25
Algunas Veces	1	0,4%	3	0,01
Casi Nunca	0	0%	2	-
Nunca	0	0%	1	-
Total	259	100%		4,93

Fuente: La Autora

Gráfico4 Aplicación de normas de higiene y sanitarias en el servicio



Fuente: La Autora

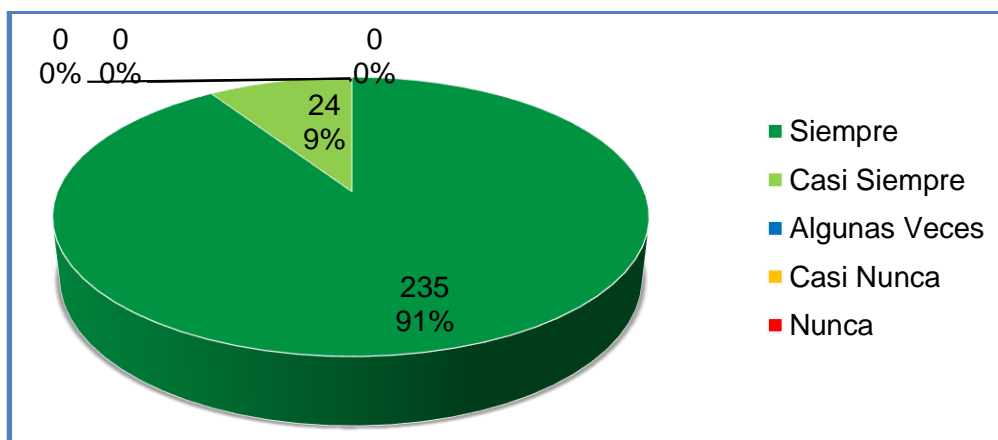
Pregunta 5. La actitud del personal médico le transmite confianza y seguridad. Para el 91% y el 9% de los usuarios de los servicios de la IPS, consideran que siempre o casi siempre el personal de la salud que lo atiende es idóneo por lo cual perciben un comportamiento que los lleva a confiar y estar seguros del servicio que reciben. A nivel general, de acuerdo con la calificación de cada opción de respuesta y el promedio calculado equivalente a 4,91 por aproximación 5, se considera entonces que siempre la IPS se preocupa por contratar personal que el cliente percibe como apto y capaz que cuida y protege la salud e integridad de los usuarios, como se muestra en el cuadro 7 y gráfico 5.

Cuadro 7. Confianza y seguridad transmitida por el personal médico.

	No. de respuestas	Porcentaje	Calificación	(%*C)
Siempre	235	91%	5	4,54
Casi Siempre	24	9%	4	0,37
Algunas Veces	0	0%	3	-
Casi Nunca	0	0%	2	-
Nunca	0	0%	1	-
Total	259	100%		4,91

Fuente: La Autora

Gráfico5.Confianza y seguridad transmitida por el personal médico.



Fuente: La Autora

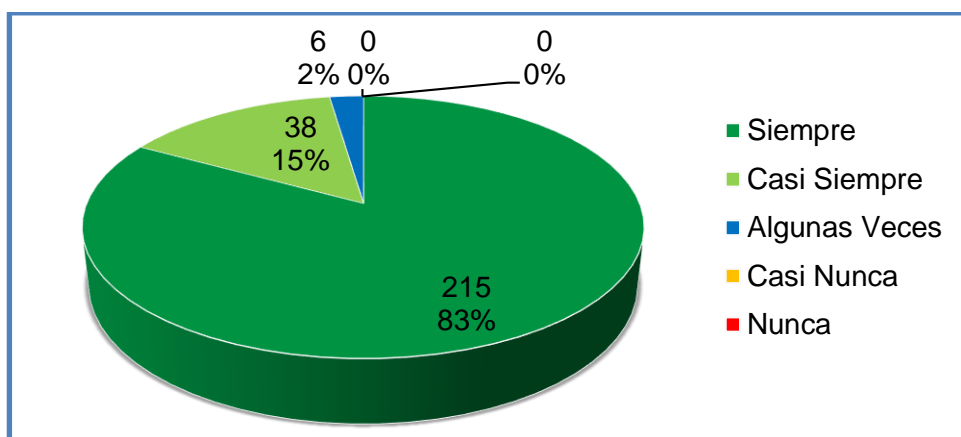
Pregunta 6. Tiene una respuesta oportuna por parte del personal la IPS cuando tiene quejas y reclamos. El 83% y 15% de los usuarios sintió que siempre o casi siempre cuando tiene alguna inquietud, sugerencia o reclamo se obtiene una respuesta positiva y oportuna parte del personal de la IPS; entre tanto el 2% considera que solo algunas veces se obtiene este servicio conforme a sus necesidades. A nivel general, el promedio de calificación equivalente a 4,81 por aproximación 5, se considera entonces que siempre la IPS a través de su personal se preocupa por dar respuesta a las quejas y reclamos, como se muestra en el cuadro 8 y gráfico 6.

Cuadro 8. Oportunidad de respuesta por parte del personal de la IPS

	No. de respuestas	Porcentaje	Calificación	(%*C)
Siempre	215	83%	5	4,15
Casi Siempre	38	15%	4	0,59
Algunas Veces	6	2%	3	0,07
Casi Nunca	0	0%	2	-
Nunca	0	0%	1	-
Total	259	100%		4,81

Fuente: La Autora

Gráfico 6. Oportunidad de respuesta por parte del personal de la IPS



Fuente: La Autora

2.4 CONCLUSIONES GENERALES SOBRE PERCEPCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA IPS “VAQNAR” EN RELACIÓN CON LA ACTITUD, ATENCIÓN Y SERVICIO

Tomando en cuenta el total de preguntas que buscaban conocer la percepción de los usuarios en relación a la actitud, atención y servicio se encontró una calificación promedio de 4.88, esto significa que la gran mayoría de los usuarios siempre tienen una percepción positiva de estos factores.

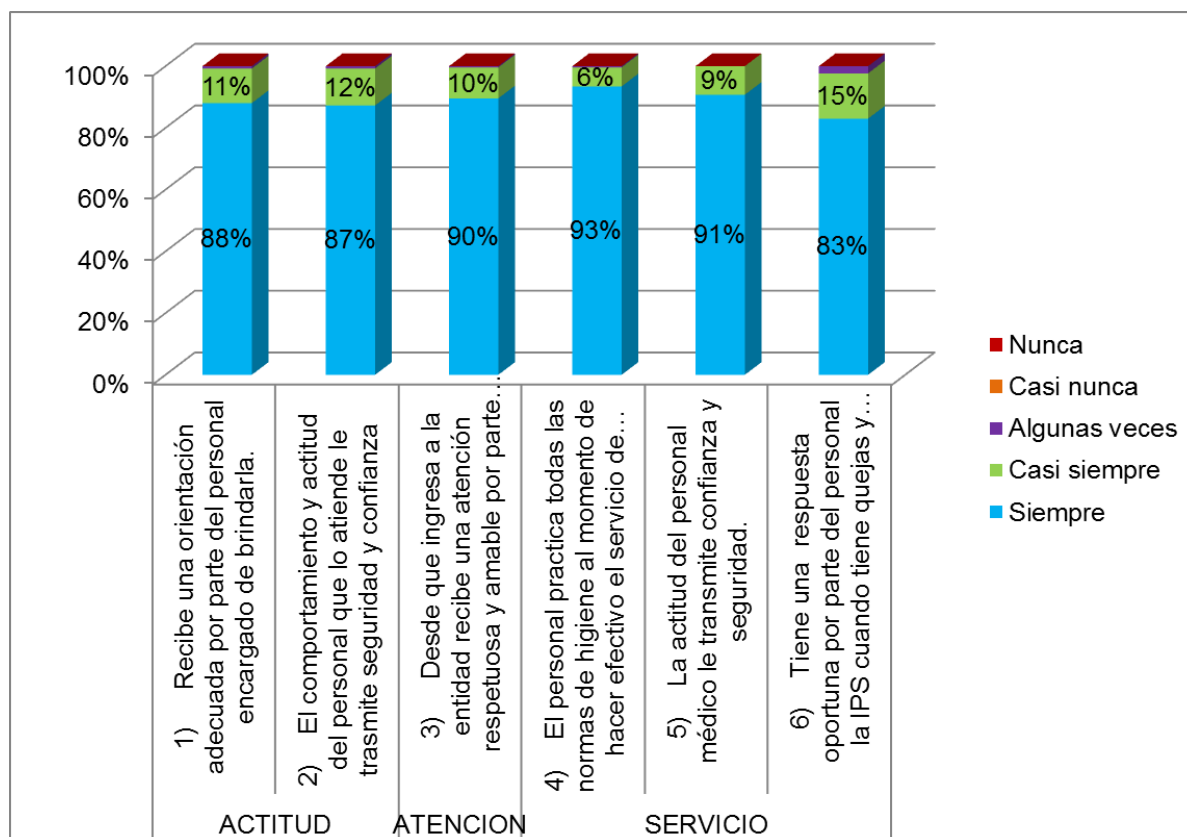
Cuadro 9. Resumen de análisis de los factores actitud, atención y servicio

FACTORES	CALIFICACIÓN CUANTITATIVA	APROXIMACIÓN CALIFICACIÓN CUALITATIVA
<u>ACTITUD</u>	<u>4,87</u>	<u>Siempre</u>
1) Recibe una orientación adecuada por parte del personal encargado de brindarla.	4,87	Siempre
2) El comportamiento y actitud del personal que lo atiende le trasmite seguridad y confianza	4,86	Siempre
<u>ATENCIÓN</u>	<u>4,89</u>	<u>Siempre</u>
3) Desde que ingresa a la entidad recibe una atención respetuosa y amable por parte del personal encargado	4,89	Siempre
<u>CALIDAD DEL SERVICIO</u>	<u>4,88</u>	<u>Siempre</u>
4) El personal practica todas las normas de higiene al momento de hacer efectivo el servicio de vacunación.	4,93	Siempre
5) La actitud del personal médico le transmite confianza y seguridad.	4,91	Siempre
6) Tiene una respuesta oportuna por parte del personal la IPS cuando tiene quejas y reclamos.	4,81	Siempre
<u>TOTAL FACTORES</u>	<u>4,88</u>	<u>Siempre</u>

Fuente: La Autora

Las razones de la calificación obtenida tienen que ver con el hecho de que en la mayoría de las preguntas que median la actitud, atención y servicio como factores de satisfacción del cliente, los usuarios eligieron la respuesta de siempre, como se muestra en el gráfico siguiente:

Gráfico7.Resumen de análisis de los factores actitud, atención y servicio



Fuente: La Autora

3. NIVEL DE CORDIALIDAD, COMPETENCIA, DISPOSICIÓN Y CONOCIMIENTOS MÉDICOS QUE EXPRESA EL PERSONAL DE LA SALUD QUE LABORA EN LA IPS “VAQNAR”.

En este capítulo se evalúa la cordialidad, competencia, disposición y conocimientos médicos que expresa el personal de la salud que labora en la IPS “VAQNAR”, los cuales son factores altamente impactantes al momento de evaluar la satisfacción del cliente; en otras palabras, en una entidad prestadora de servicios de salud, la forma como actúa y los conocimientos que tiene el personal son decisivos en nivel de conformidad que la persona expresa cuando utiliza el servicio de vacunación.

3.1 CORDIALIDAD

La cordialidad es la capacidad o valor del personal médico para entablar y mantener buenas relaciones con los usuarios. Este valor es indispensable para volver sólidas las relaciones con los usuarios y estos sientan confianza y seguridad en el servicio. Para medir este factor se realizó dos preguntas.

Pregunta 7.El personal de la IPS responde cordialmente a mis necesidades.

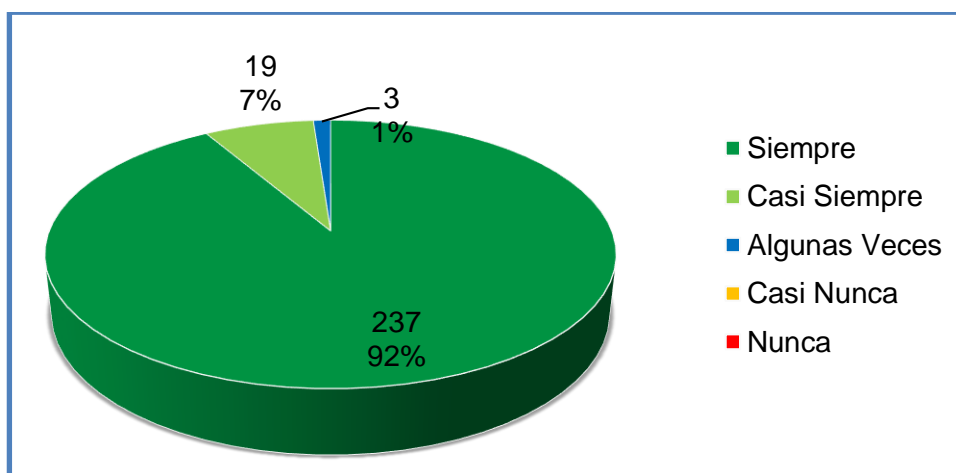
Ante esta pregunta el 92% y 7% asiente que siempre o casi siempre el personal médico presenta una actitud de cordialidad para con los usuarios buscando siempre satisfacer sus necesidades, en tanto que solo un 1% considera tener esta percepción solo algunas veces. A nivel general, el promedio de calificación equivalente a 4,9 por aproximación 5, se considera entonces que siempre el personal médico de la IPS entabla y mantiene relaciones óptimas con los pacientes cuando estos buscan satisfacer sus requerimientos, como se muestra en el cuadro 10 y gráfico 8.

Cuadro 10. Atención cordial de las necesidades por parte del personal médico

	No. de respuestas	Porcentaje	Calificación	(%*C)
Siempre	237	92%	5	4,58
Casi Siempre	19	7%	4	0,29
Algunas Veces	3	1%	3	0,03
Casi Nunca	0	0%	2	-
Nunca	0	0%	1	-
Total	259	100%		4,9

Fuente: La Autora

Gráfico8. Atención cordial de las necesidades por parte del personal médico



Fuente: La Autora

Pregunta 8. Cuando solicito un servicio la IPS el personal de atención habla claramente y de una forma amable. Según respuesta de usuarios el 90% y 10% considera que siempre o casi siempre el personal de la IPS les ofrece información clara de una forma afable o afectuosa. En términos generales, el promedio de calificación equivalente a 4,9 por aproximación 5, se considera entonces que siempre el personal médico de la IPS responde clara y amablemente con el mero

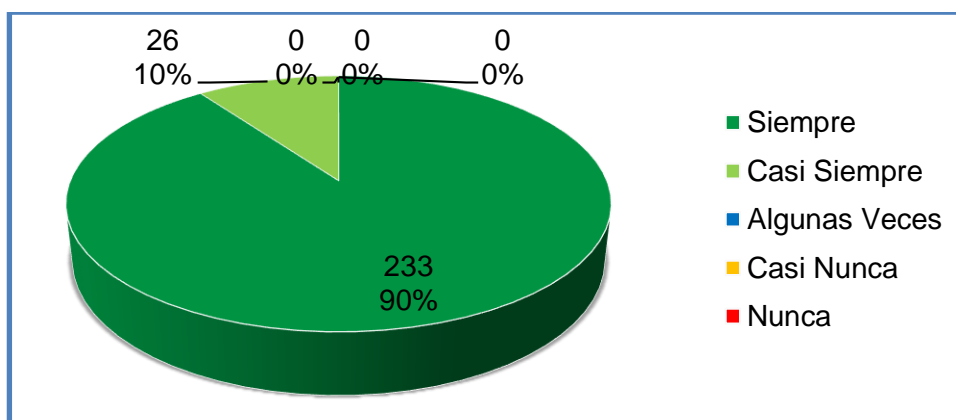
interés de satisfacer las necesidades del usuario, como se muestra en el cuadro 11 y gráfico 9.

Cuadro 11. Información clara y amable por parte del personal de la IPS

	No. de respuestas	Porcentaje	Calificación	(%*C)
Siempre	233	90%	5	4,50
Casi Siempre	26	10%	4	0,40
Algunas Veces	0	0%	3	-
Casi Nunca	0	0%	2	-
Nunca	0	0%	1	-
Total	259	100%		4,90

Fuente: La Autora

Gráfico 9. Información clara y amable por parte del personal de la IPS



Fuente: La Autora

3.2 COMPETENCIA Y CONOCIMIENTOS

En este caso se mide la capacidad, la habilidad, la destreza o la pericia que tiene el personal médico para desarrollar su labor y atender las necesidades del usuario; así como los conocimientos que tienen para poder prestar el servicio eficientemente. En este caso para medir estos factores se aplicaron dos preguntas.

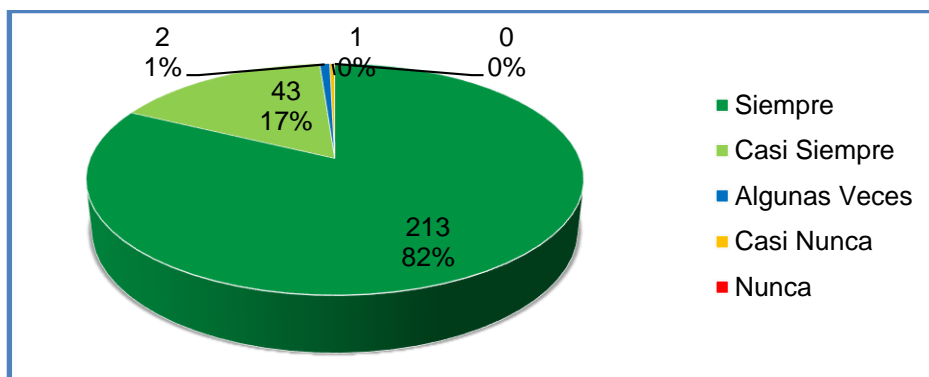
Pregunta 9. El tiempo de atención es adecuado para la prestación de un servicio que usted solicita. Ante esta pregunta el 82% y 17% de los usuarios asintieron que siempre o casi siempre reciben la atención en un rango de tiempo adecuado de tal forma que su necesidad quede satisfecha; en tanto que el 1% asiente que esto solo sucede algunas veces. En resumen, el promedio de calificación equivalente a 4,81 por aproximación 5, se considera entonces que siempre el personal médico utiliza el tiempo adecuado para prestar un servicio eficiente que logre satisfacer las necesidades del usuario, como se muestra en el cuadro 12 y gráfico 10.

Cuadro 12. Oportunidad del tiempo para la prestación del servicio.

	No. de respuestas	Porcentaje	Calificación	(%*C)
Siempre	213	82%	5	4,11
Casi Siempre	43	17%	4	0,66
Algunas Veces	2	1%	3	0,02
Casi Nunca	1	0%	2	0,01
Nunca	0	0%	1	-
Total	259	100%		4,81

Fuente: La Autora

Gráfico10. Oportunidad del tiempo para la prestación del servicio.



Fuente: La Autora

Pregunta 10. Es atendido a la hora fijada. Según el 82% de los usuarios siempre reciben el servicio en la hora que se pactó para la cita, el 71% siente que

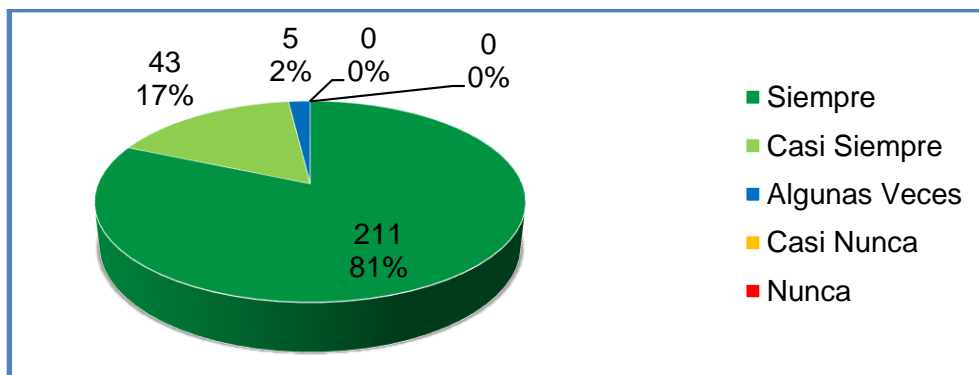
esto se da casi siempre; mientras que el 1% aseguran que hay impuntualidad en el servicio, pues solo algunas veces se tiene la atención en el momento indicado. En resumen, el promedio de calificación equivalente a 4,8 por aproximación 5, se considera entonces que en promedio siempre los usuarios reciben el servicio requerido a la hora fijada para la cita, como se muestra en el cuadro 13 y gráfico 11.

Cuadro 13. Puntualidad en la atención

	No. de respuestas	Porcentaje	Calificación	(%*C)
Siempre	211	81%	5	4,07
Casi Siempre	43	17%	4	0,66
Algunas Veces	5	2%	3	0,06
Casi Nunca	0	0%	2	-
Nunca	0	0%	1	-
Total	259	100%		4,80

Fuente: La Autora

Gráfico 11. Puntualidad en la atención



Fuente: La Autora

3.3 DISPOSICIÓN

Para el caso la disposición se concibe como el estado o la estructura mental que evidencia el personal médico cuando tiene que prestar el servicio al usuario. Para el caso esta se mide mediante una pregunta.

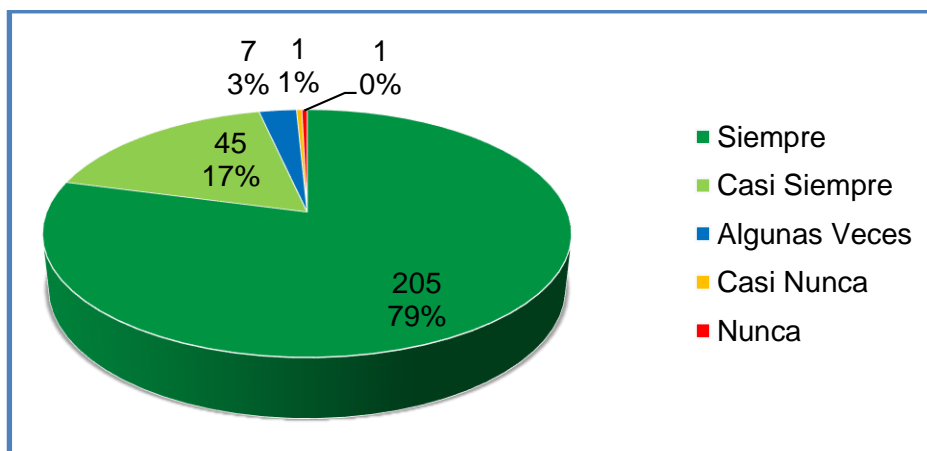
Pregunta 11. Ha recibido asesoría y orientación sobre el servicio cuando lo necesita. El 79% y 17% de los usuarios siempre o casi siempre han recibido información enfocada a indicaciones y recomendaciones que los orientan sobre el servicio a recibir; en tanto que el 3% solo ha tenido este servicio algunas veces y el 0,4% casi nunca o nunca. En resumen, la media de la calificación es equivalente a 4,75 por aproximación 5, se considera entonces que en promedio siempre los usuarios reciben asesoría y orientación sobre el servicio a tomar en la IPS, como se muestra en el cuadro 14 y gráfico 12.

Cuadro 14. Obtención de asesoría y orientación sobre el servicio

	No. de respuestas	Porcentaje	Calificación	(%*C)
Siempre	205	79%	5	3,96
Casi Siempre	45	17%	4	0,69
Algunas Veces	7	3%	3	0,08
Casi Nunca	1	0,4%	2	0,01
Nunca	1	0,4%	1	0,00
Total	259	100%		4,75

Fuente: La Autora

Gráfico12.Obtención de asesoría y orientación sobre el servicio



Fuente: La Autora

3.4 CONCLUSIONES GENERALES SOBRE EL NIVEL DE CORDIALIDAD, COMPETENCIA, DISPOSICIÓN Y CONOCIMIENTOS MÉDICOS QUE EXPRESA EL PERSONAL DE LA SALUD

Tomando en cuenta las respuestas que buscaban medir la cordialidad, competencia, disposición y conocimientos médicos del personal de la IPS se encontró que según respuestas a nivel general se tiene una calificación de 4.82 lo que indica que siempre se perciben positivamente estos factores por los usuarios; aunque se presentan falencias en la disposición del personal para brindar información y asesoría a los que la solicitan.

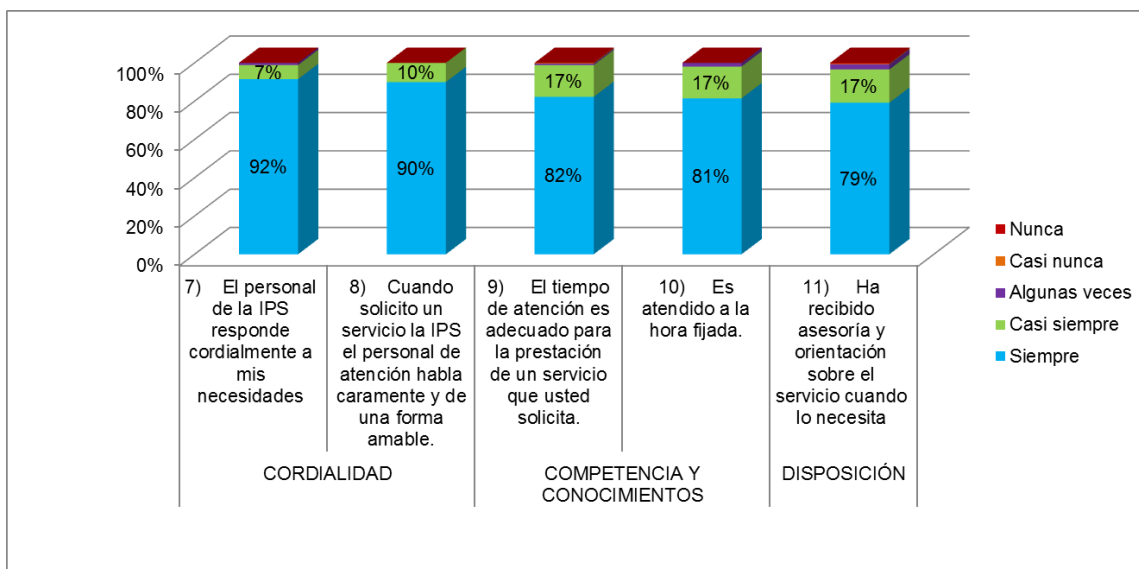
Cuadro 15. Resumen de análisis de los factores cordialidad, competencia, disposición y conocimientos médicos

FACTORES	CALIFICACIÓN CUANTITATIVA	APROXIMACIÓN CALIFICACIÓN CUALITATIVA
<u>CORDIALIDAD</u>	<u>4,90</u>	<u>Siempre</u>
7) El personal de la IPS responde cordialmente a mis necesidades	4,90	Siempre
8) Cuando solicito un servicio la IPS el personal de atención habla caramente y de una forma amable.	4,90	Siempre
<u>COMPETENCIA Y CONOCIMIENTOS</u>	<u>4,80</u>	<u>Siempre</u>
9) El tiempo de atención es adecuado para la prestación de un servicio que usted solicita.	4,81	Siempre
10) Es atendido a la hora fijada.	4,80	Siempre
<u>DISPOSICIÓN</u>	<u>4,75</u>	<u>Siempre</u>
11) Ha recibido asesoría y orientación sobre el servicio cuando lo necesita	4,75	Siempre
<u>TOTAL</u>	<u>4,82</u>	<u>Siempre</u>

Fuente: La Autora

Los resultados obtenidos, son producto del hecho de que en la mayoría de las preguntas que median la cordialidad, competencia, disposición y conocimientos médicos como factores de satisfacción del cliente, los usuarios eligieron la respuesta de siempre, como se muestra en el gráfico siguiente:

Gráfico13. Resumen de análisis de los factores cordialidad, competencia, disposición y conocimientos médicos



Fuente: La Autora

4. OPORTUNIDAD Y COHERENCIA QUE EXISTE EN EL COSTO Y TIEMPO DE RESPUESTA DE LA IPS “VAQNAR” CUANDO LOS USUARIOS SOLICITAN ATENCIÓN, TRÁMITES E INFORMACIÓN.

En este capítulo se analiza la oportunidad y coherencia en la prestación del servicio, teniendo en cuenta que estos factores son relevantes en la percepción que tiene el usuario y repercuten en su nivel de satisfacción.

4.1 OPORTUNIDAD

En este caso el factor oportunidad se refiere a la congruencia, puntualidad y precisión que se tiene en la prestación de los servicio de vacunación. Para el caso se midió el factor a través de dos preguntas a saber.

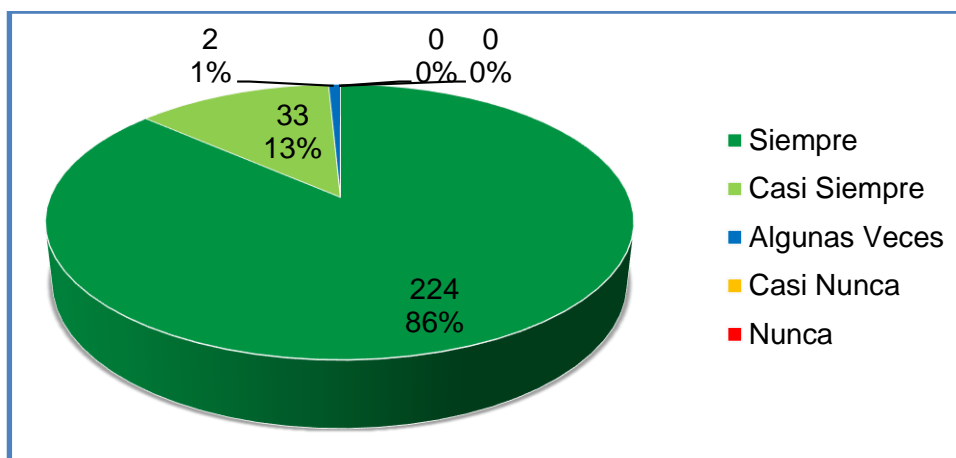
Pregunta 12. *Recibe las vacunas de forma oportuna.* Según el 86% de los usuarios si existe una congruencia o conformidad en la aplicación de las vacunas, para el 13% casi siempre se da esta situación; mientras que el 1% solo algunas veces tienen esta percepción. En general, la media de la calificación es equivalente a 4,86 por aproximación 5, se deduce entonces que en promedio siempre los usuarios perciben oportunidad en la aplicación de las vacunas, como se muestra en el cuadro 16 y gráfico 14.

Cuadro 16.Oportunidad en el servicio de vacunación

	No. de respuestas	Porcentaje	Calificación	(%*C)
Siempre	224	86%	5	4,32
Casi Siempre	33	13%	4	0,51
Algunas Veces	2	1%	3	0,02
Casi Nunca	0	0%	2	-
Nunca	0	0%	1	-
Total	259	100%		4,86

Fuente: La Autora

Gráfico14. Oportunidad en el servicio de vacunación



Fuente: La Autora

Pregunta 13. *El servicio se recibe oportunamente y sin tanta tramitología.*

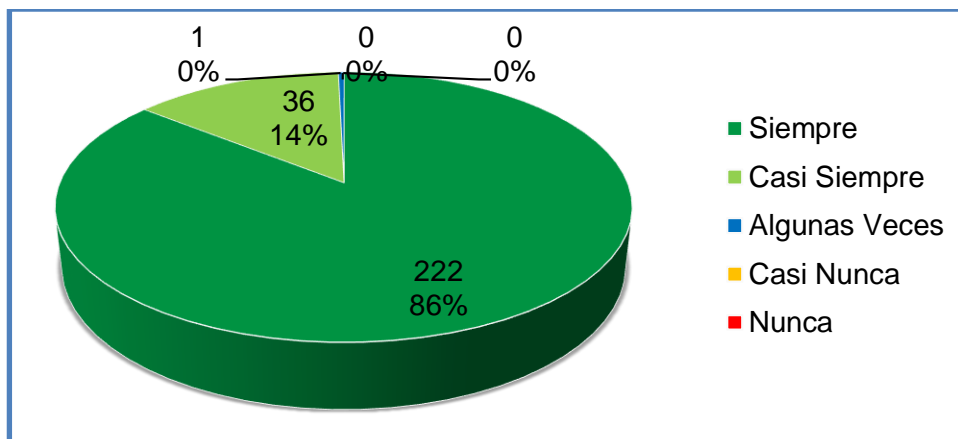
Ante esta pregunta el 86% y 14% asintió que siempre o casi siempre en la prestación del servicio la IPS desarrolla sus procesos oportunamente sin que el usuario tenga que recurrir a trámites necesarios; mientras que una mínima proporción del 0.4% siente que no existe oportunidad del servicio y hay que realizar muchos trámites. En general, la media de la calificación es equivalente a 4,85 por aproximación 5, se deduce entonces que en promedio siempre los usuarios reciben un servicio pertinente con el cumplimiento de requisitos o tramites mínimos y necesarios, como se muestra en el cuadro 17 y gráfico 15.

Cuadro 17. Oportunidad y pertinencia del servicio en general

	No. de respuestas	Porcentaje	Calificación	(%*C)
Siempre	222	86%	5	4,29
Casi Siempre	36	14%	4	0,56
Algunas Veces	1	0,4%	3	0,01
Casi Nunca	0	0%	2	-
Nunca	0	0%	1	-
Total	259	100%		4,85

Fuente: La Autora

Gráfico15. Oportunidad y pertinencia del servicio en general



Fuente: La Autora

4.2 COHERENCIA

Para el caso la coherencia se refiere directamente a la relación costo beneficio del servicio que presta la IPS, es decir, es la cohesión o relación entre el servicio que reciben los usuarios y los recursos de tiempo y dinero que tienen que sufragar para recibir dicho servicio. En este caso el factor se mide a través de dos preguntas claves.

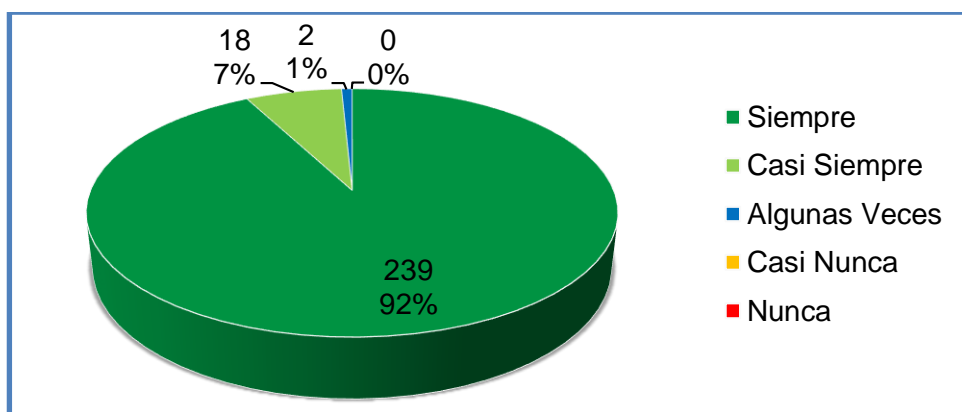
Pregunta 14. El servicio que le ofrece la IPS es adecuado y coherente con el precio. Según el 92% siempre y 7% siempre o casi siempre existe una relación adecuada y razonable entre el precio que tienen que pagar y el beneficio que representa el servicio que reciben; en tanto que el 1% asiente que solo algunas veces percibe dicha relación. En general, la media de la calificación es equivalente a 4,92 por aproximación 5, se deduce entonces que en promedio siempre los usuarios perciben una relación directamente proporcional entre el costo y el beneficio que se tiene con los servicios adquiridos en la IPS “VAQNAR”, como se muestra en el cuadro 18 y gráfico 16.

Cuadro 18. Conveniencia y coherencia entre el precio y el servicio

	No. de respuestas	Porcentaje	Calificación	(%*C)
Siempre	239	92%	5	4,61
Casi Siempre	18	7%	4	0,28
Algunas Veces	2	1%	3	0,02
Casi Nunca	0	0%	2	-
Nunca	0	0%	1	-
Total	259	100%		4,92

Fuente: La Autora

Gráfico16. Conveniencia y coherencia entre el precio y el servicio



Fuente: La Autora

Pregunta 15. *El tiempo que tiene esperar para ser atendido es el adecuado a la necesidad, pues siempre hay personal disponible.*

Según respuesta de usuarios el 85% y 14% consideran que siempre o casi siempre el tiempo para ser atendido es adecuado con las necesidades que presentan y la satisfacción de las mismas, pues la IPS cuenta con el personal suficiente para atender los usuarios; mientras que el 1% siente que solo algunas veces el tiempo de espera es coherente con el servicio que presta la esta IPS. En general, la media de la calificación es equivalente a 4,83 por aproximación 5, se deduce entonces que en promedio siempre los usuarios perciben una relación directamente proporcional

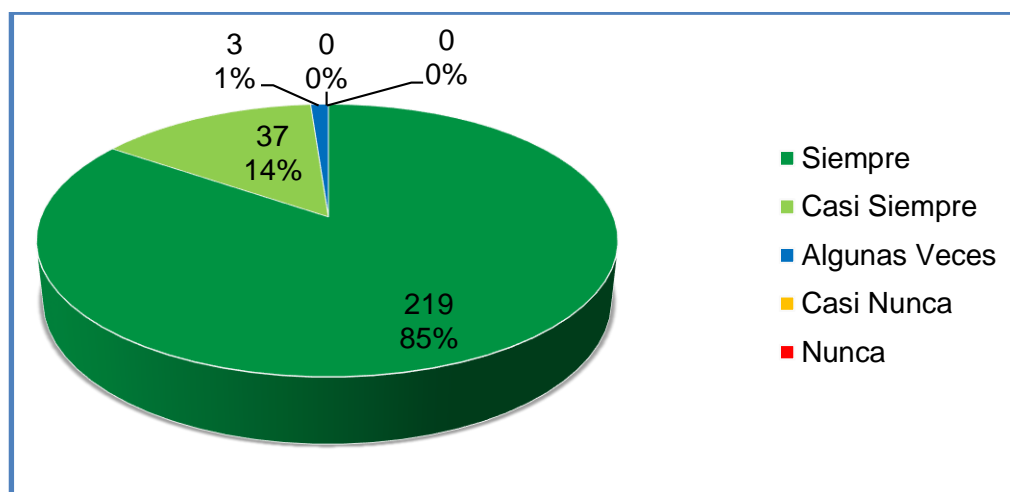
entre el tiempo de espera y el servicios recibido por la IPS “VAQNAR”, como se muestra en el cuadro 19 y gráfico 17.

Cuadro 19. Conveniencia y coherencia entre el tiempo de espera y el servicio

	No. de respuestas	Porcentaje	Calificación	(%*C)
Siempre	219	85%	5	4,23
Casi Siempre	37	14%	4	0,57
Algunas Veces	3	1%	3	0,03
Casi Nunca	0	0%	2	-
Nunca	0	0%	1	-
Total	259	100%		4,83

Fuente: La Autora

Gráfico 17. Conveniencia y coherencia entre el tiempo de espera y el servicio



Fuente: La Autora

4.3 CONCLUSIONES DE LA OPORTUNIDAD Y COHERENCIA QUE EXISTE EN EL COSTO Y TIEMPO DE RESPUESTA DE LA IPS “VAQNAR”

Tomando en cuenta las respuestas que buscaban medir la oportunidad y coherencia que existe entre el tiempo de espera y dinero y los beneficios recibidos por el usuario de la IPS “VAQNAR”, se obtuvo una calificación total de 4.86, lo cual

lleva a concluir a través de una aproximación, que siempre los usuarios perciben la relación directamente proporcional entre costo beneficio.

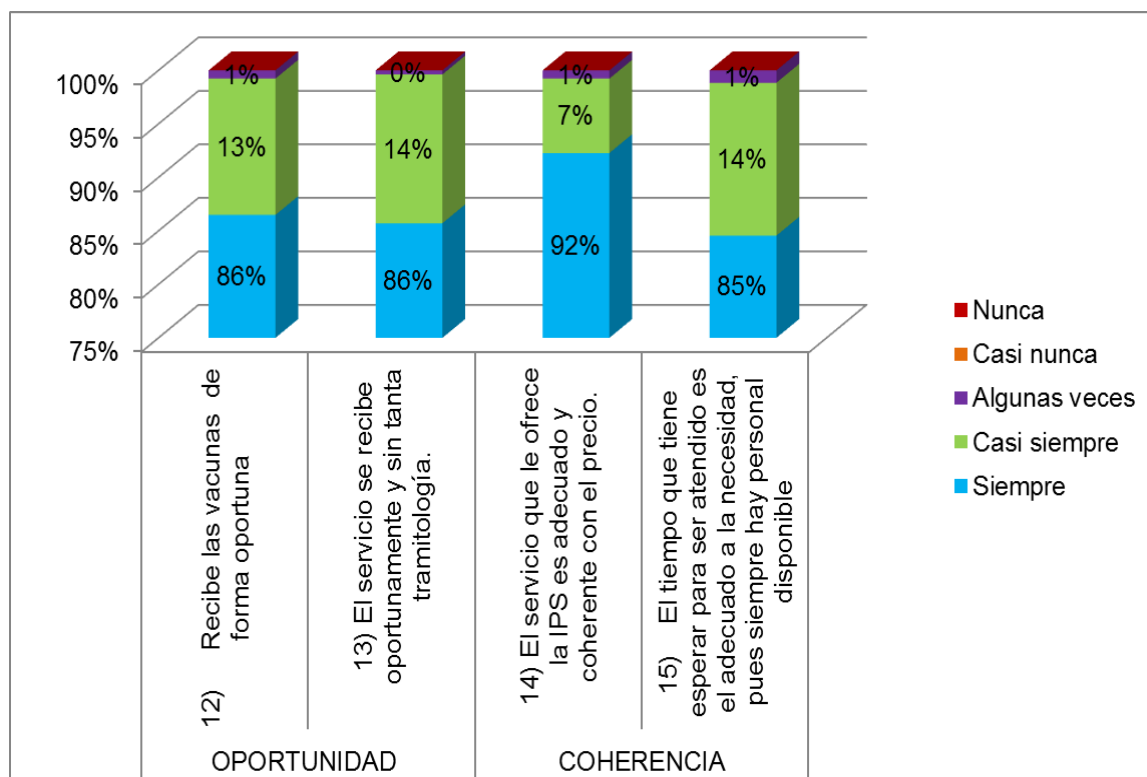
Cuadro 20. Resumen de análisis de la oportunidad y coherencia en la relación beneficio costo

FACTORES	CALIFICACIÓN CUANTITATIVA	APROXIMACIÓN CALIFICACIÓN CUALITATIVA
<u>OPORTUNIDAD</u>	<u>4,86</u>	<u>Siempre</u>
12) Recibe las vacunas de forma oportuna	4,86	Siempre
13) El servicio se recibe oportunamente y sin tanta tramitología.	4,85	Siempre
<u>COHERENCIA</u>	<u>4,87</u>	<u>Siempre</u>
14) El servicio que le ofrece la IPS es adecuado y coherente con el precio.	4,92	Siempre
15) El tiempo que tiene esperar para ser atendido es el adecuado a la necesidad, pues siempre hay personal disponible	4,83	Siempre
<u>TOTAL</u>	<u>4,86</u>	<u>Siempre</u>

Fuente: La Autora

La calificación que se obtuvo se relaciona directamente con el hecho de que en la mayoría de las preguntas que median la oportunidad y coherencia como factores de satisfacción del cliente, los usuarios eligieron la respuesta de siempre, como se muestra en el gráfico siguiente

Gráfico18. Resumen de análisis de la oportunidad y coherencia en la relación beneficio costo



Fuente: La Autora

5. PENSAMIENTO DE LOS USUARIOS DE LA IPS “VAQNAR REFERENTE LAS INSTALACIONES FÍSICAS, EQUIPOS E INSTRUMENTOS UTILIZADOS EN LOS PROCESOS MÉDICOS Y EL SERVICIO EN GENERAL.

Otros de los elementos que contribuyen a la satisfacción del cliente en los servicios de salud son las instalaciones y el nivel tecnológicos de los equipos, pues aunque estos dos factores no están intrínsecos en el servicio si son definitivos al momento de prestar el servicio; pues como usuario se espera unas instalaciones limpias y apropiadas y un nivel de tecnología adecuado.

5.1 LAS INSTALACIONES FÍSICAS

Las instalaciones físicas son las áreas destinadas a la prestación de los servicios de la IPS “VAQNAR”, es decir, es el lugar donde los usuarios reciben sus servicios de vacunación. Este elemento en los servicios de salud es muy importante pues debe cumplir con unos estándares definidos que permiten prestar el servicio de una forma eficiente sin poner en riesgo la salud e integridad de los trabajadores y pacientes. Para el caso la satisfacción de los usuarios sobre el tema se midió a través de dos preguntas que indagaban sobre su iluminación, adecuación y señalización conforme a la ley.

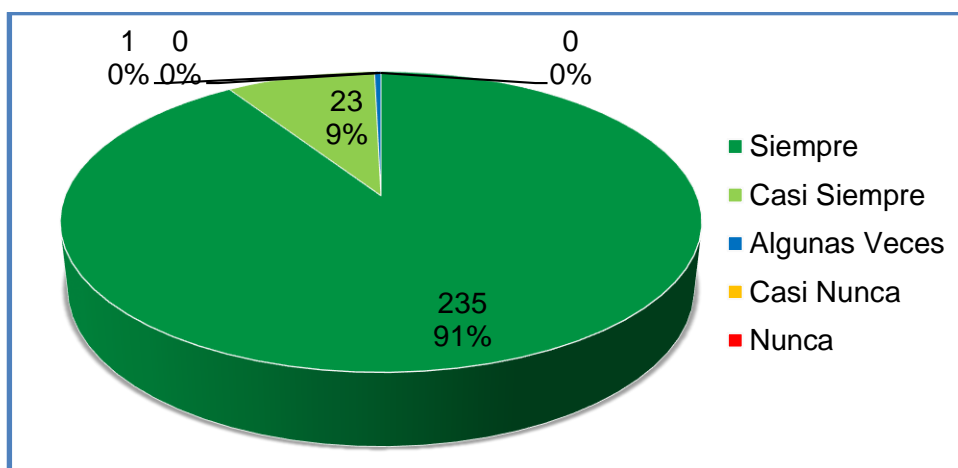
Pregunta 16. *Las instalaciones físicas donde reciben el servicio son las adecuadas en cuanto a iluminación.* Para el 91% siempre el lugar donde reciben el servicio de vacunación es una área o espacio adecuado en cuanto a mediadas e iluminación, en tanto que para el 9% casi siempre se obtiene el servicio bajo dichas condiciones y el 0.4% solo algunas veces. En promedio se tiene una calificación cuantitativa de 4.9, que se aproxima a 5; esto indica que siempre los usuarios reciben los servicios ofrecidos por la IPS en un lugar que cuenta con espacios e iluminación adecuados. Ver cuadro 21 y gráfico 19

Cuadro 21. Prestación de servicios en áreas adecuadas

	No. de respuestas	Porcentaje	Calificación	(%*C)
Siempre	235	91%	5	4,54
Casi Siempre	23	9%	4	0,36
Algunas Veces	1	0,4%	3	0,01
Casi Nunca	0	0%	2	-
Nunca	0	0%	1	-
Total	259	100%		4,90

Fuente: La Autora

Gráfico 19. Prestación de servicios en áreas adecuadas



Fuente: La Autora

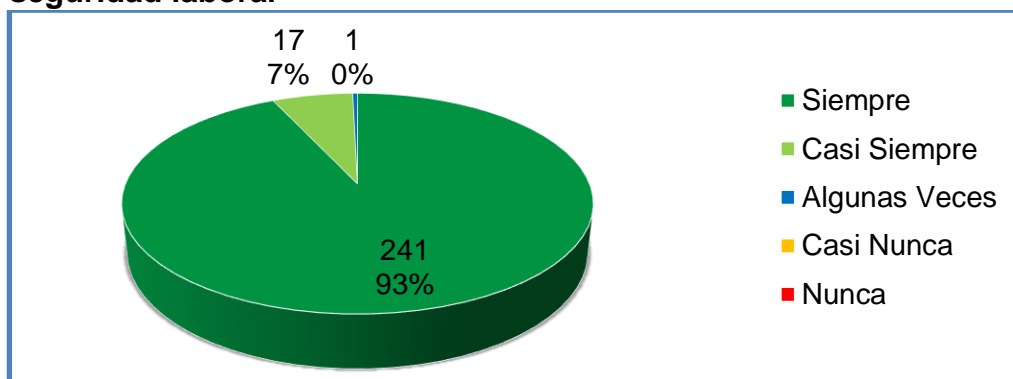
Pregunta 17. Las instalaciones de la IPS existen todas las señalizaciones exigidas por las normas de seguridad laboral. Según respuestas el 93% de los usuarios perciben que siempre hay señalizaciones adecuadas en la IPS y el 7% que casi siempre y una mínima proporción del 0,4% que solo algunas veces. En promedio se tiene una calificación cuantitativa de 4.93, que se aproxima a 5; ello lleva a deducir que siempre la IPS mantiene las señalizaciones actualizadas y en los lugares adecuados de tal forma que el usuario conoce las indicaciones, advertencias, obligaciones y prohibiciones del lugar. Ver cuadro 22 y gráfico20.

Cuadro 22. Existencia de todas las señalizaciones exigidas por las normas de seguridad laboral

	No. de respuestas	Porcentaje	Calificación	(%*C)
Siempre	241	93%	5	4,65
Casi Siempre	17	7%	4	0,26
Algunas Veces	1	0,4%	3	0,01
Casi Nunca	0	0%	2	-
Nunca	0	0%	1	-
Total	259	100%		4,93

Fuente: La Autora

Gráfico20. Existencia de todas las señalizaciones exigidas por las normas de seguridad laboral



Fuente: La Autora

5.2 NIVEL TECNOLÓGICO.

Para el caso el nivel tecnológico hace referencia a la innovación en equipos e instrumentos que son utilizados para prestar los servicios de una forma integral, es decir, no solo implica aquellos instrumentos de vacunación y conservación de las vacunas, sino también la tecnología que se utiliza para llevar a cabo el proceso de atención preliminar del usuario.

La importancia del nivel tecnológico en la satisfacción del cliente se relaciona con el impacto que este tiene el desarrollo eficiente de los procesos, es decir, la implementación de equipos e instrumentos tecnológicos facilita los procesos y

hace que se preste un servicio en donde la relación de costo beneficio es directamente proporcional.

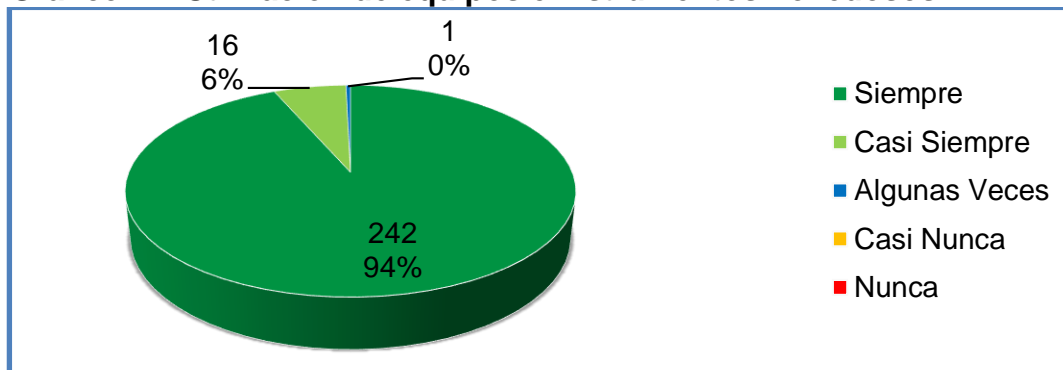
Pregunta 18. Los equipos e instrumentos utilizados para la prestación del servicio son adecuados y novedosos. Ante esta pregunta el 93% asintió que siempre la IPS maneja equipos e instrumentos adecuados y novedosos que no solo facilitan el proceso sino que les genera un mejor servicio y el 7% asintió que casi siempre; mientras que un 0,4% considera que solo a veces hay un buen nivel tecnológico en la atención. En promedio se tiene una calificación cuantitativa de 4.93, que se aproxima a 5; por lo cual se concluye que los usuarios tienen una atención y servicio que involucra equipos e instrumentos adecuados y novedosos. Ver cuadro 23 y gráfico 21.

Cuadro 23. Utilización de equipos e instrumentos novedosos

	No. de respuestas	Porcentaje	Calificación	(%*C)
Siempre	242	93%	5	4,67
Casi Siempre	16	6%	4	0,25
Algunas Veces	1	0,4%	3	0,01
Casi Nunca	0	0%	2	-
Nunca	0	0%	1	-
Total	259	100%		4,93

Fuente: La Autora

Gráfico 21. Utilización de equipos e instrumentos novedosos



Fuente: La Autora

5.3 CONCLUSIONES SOBRE LAS INSTALACIONES FÍSICAS, EQUIPOS E INSTRUMENTOS UTILIZADOS EN LA ATENCIÓN Y SERVICIO DE LA IPS

El análisis cuantitativo general de la pertinencia de las instalaciones físicas y el nivel tecnológico utilizado en la prestación de los servicios ofrecidos por la IPS “VAQNAR” es equivalente a 4,92, lo cual indica que en términos generales siempre los usuarios visualizan o perciben buenos equipos e instrumentos para la atención y servicio, al igual que una área adecuada para el servicio y señales que les brindan indicaciones, advertencias, obligaciones y/o prohibiciones.

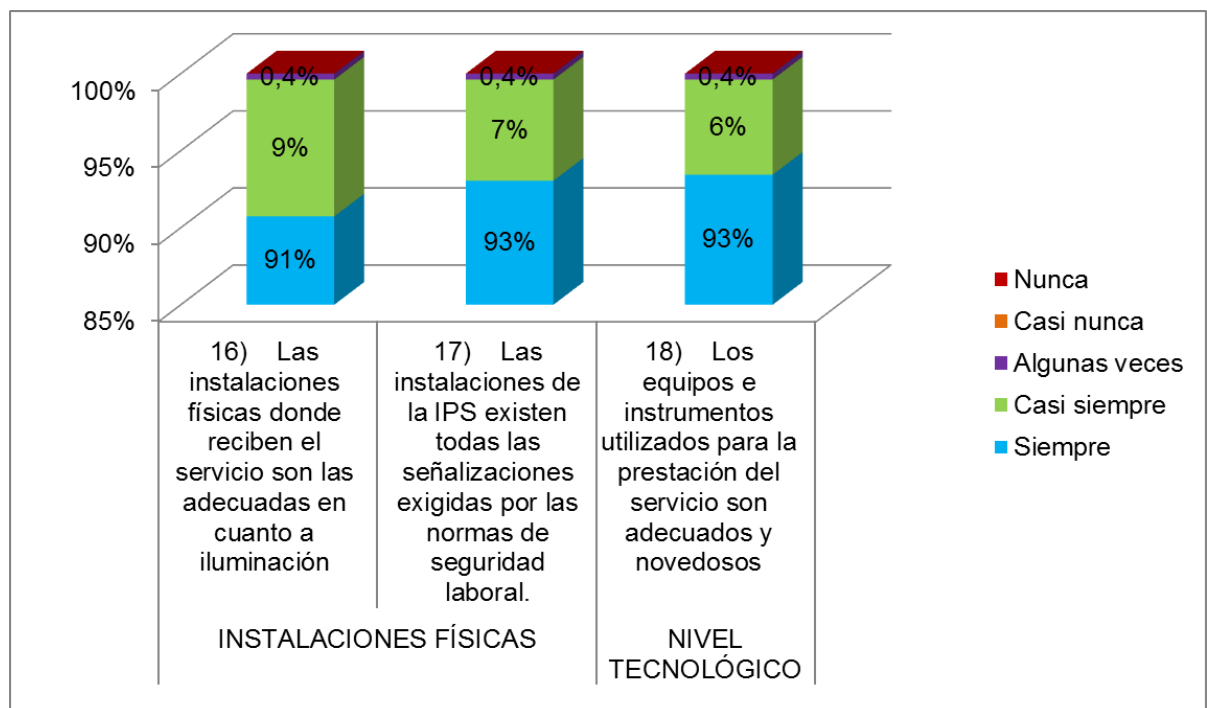
Cuadro 24. Resumen de análisis de las instalaciones físicas, equipos e instrumentos utilizados en la atención y servicio de la IPS

FACTORES	CALIFICACIÓN CUANTITATIVA	APROXIMACIÓN CALIFICACIÓN CUALITATIVA
<u>INSTALACIONES FÍSICAS</u>	<u>4,92</u>	<u>Siempre</u>
16) Las instalaciones físicas donde reciben el servicio son las adecuadas en cuanto a iluminación	4,90	Siempre
17) Las instalaciones de la IPS existen todas las señalizaciones exigidas por las normas de seguridad laboral.	4,93	Siempre
<u>NIVEL TECNOLÓGICO</u>	<u>4,93</u>	<u>Siempre</u>
18) Los equipos e instrumentos utilizados para la prestación del servicio son adecuados y novedosos	4,93	Siempre
<u>TOTAL</u>	<u>4,92</u>	<u>Siempre</u>

Fuente: La Autora

La calificación resultante es consecuente con el hecho de que la mayoría de los usuarios respondieron siempre en las preguntas que buscaban el análisis de las instalaciones físicas, equipos e instrumentos utilizados en la atención, como factores predominantes en la satisfacción de los usuarios, esto se evidencia en el gráfico siguiente:

Gráfico 22. Resumen de análisis de las instalaciones físicas, equipos e instrumentos utilizados en la atención y servicio de la IPS



Fuente: La Autora

6. GRADO DE SATISFACCIÓN EN EL SERVICIO DE LOS USUARIOS DE LA IPS SERVICIOS INTEGRALES DE SALUD “VAQNAR”

El grado de satisfacción en el servicio de los usuarios de la IPS Servicios Integrales de Salud “VAQNAR”, se midió a través de 10 factores claves de percepción entre los que se cuentan:

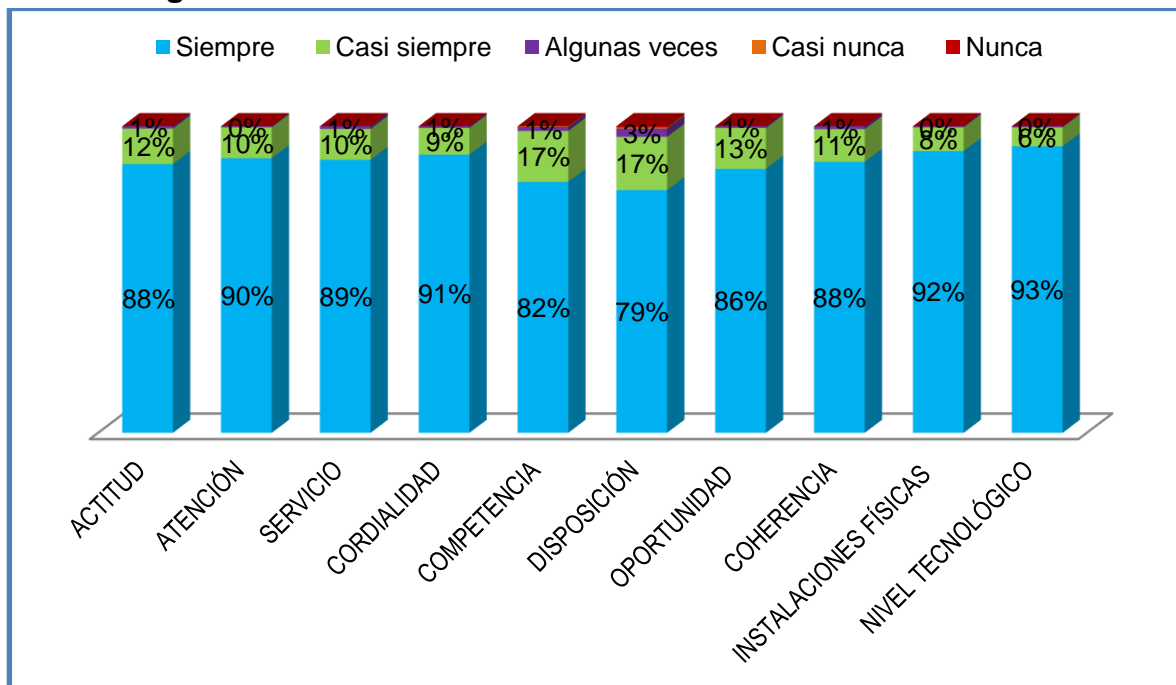
- 1) Actitud
- 2) Atención
- 3) Servicio
- 4) Cordialidad
- 5) Competencia y conocimientos
- 6) Disposición
- 7) Oportunidad
- 8) Coherencia
- 9) Instalaciones físicas
- 10) Nivel tecnológico

Cada uno de los factores descritos anteriormente contaba por lo menos de una pregunta que medía la percepción del usuario; de esta forma en cada pregunta el usuario podía elegir una opción de respuesta (siempre, casi siempre, algunas veces, casi nunca y nunca) de acuerdo con la percepción que tiene cuando solicita y toma el servicio de vacunación ofrecido por IPS Servicios Integrales de Salud “VAQNAR” Ver cuadro y gráfico.

Cuadro 25. Resumen general de las respuestas dadas en cada pregunta que midió los factores claves para evaluar el grado de satisfacción de los usuarios

FACTORES EVALUADOS	S		CS		AV		CN		N	
	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%	No.	%
ACTITUD	227	88%	30	12%	2	1%	-	0%	-	0%
1) Recibe una orientación adecuada por parte del personal encargado de brindarla.	228	88%	29	11%	2	1%	-	0%	-	0%
2) El comportamiento y actitud del personal que lo atiende le transmite seguridad y confianza	226	87%	31	12%	2	1%	-	0%	-	0%
ATENCIÓN	232	90%	26	10%	1	0%	-	0%	-	0%
3) Desde que ingresa a la entidad recibe una atención respetuosa y amable por parte del personal encargado	232	90%	26	10%	1	0%	-	0%	-	0%
SERVICIO	231	89%	26	10%	2	1%	-	0%	-	0%
4) El personal practica todas las normas de higiene al momento de hacer efectivo el servicio de vacunación.	242	93%	16	6%	1	0%	-	0%	-	0%
5) La actitud del personal médico le transmite confianza y seguridad.	235	91%	24	9%	-	0%	-	0%	-	0%
6) Tiene una respuesta oportuna por parte del personal la IPS cuando tiene quejas y reclamos.	215	83%	38	15%	6	2%	-	0%	-	0%
CORDIALIDAD	235	91%	23	9%	2	1%	-	0%	-	0%
7) El personal de la IPS responde cordialmente a mis necesidades	237	92%	19	7%	3	1%	-	0%	-	0%
8) Cuando solicito un servicio la IPS el personal de atención habla caramente y de una forma amable.	233	90%	26	10%	-	0%	-	0%	-	0%
COMPETENCIA	212	82%	22	17%	3	1%	0	0,2%	-	0%
9) El tiempo de atención es adecuado para la prestación de un servicio que usted solicita.	213	82%	0	17%	0	1%	0	0,4%	-	0%
10) Es atendido a la hora fijada.	211	81%	43	17%	5	2%	-	0,0%	-	0%
DISPOSICIÓN	205	79%	45	17%	7	3%	1	0,4%	1	0,4%
11) Ha recibido asesoría y orientación sobre el servicio cuando lo necesita	205	79%	45	17%	7	3%	1	0,4%	1	0,4%
OPORTUNIDAD	223	86%	35	13%	2	1%	-	0%	-	0%
12) Recibe las vacunas de forma oportuna	224	86%	33	13%	2	1%	-	0%	-	0%
13) El servicio se recibe oportunamente y sin tanta tramitología.	222	86%	36	14%	1	0%	-	0%	-	0%
COHERENCIA	229	88%	28	11%	3	1%	-	0%	-	0%
14) El servicio que le ofrece la IPS es adecuado y coherente con el precio.	239	92%	18	7%	2	1%	-	0%	-	0%
15) El tiempo que tiene esperar para ser atendido es el adecuado a la necesidad, pues siempre hay personal disponible	219	85%	37	14%	3	1%	-	0%	-	0%
INSTALACIONES	238	92%	20	8%	1	0%	-	0%	-	0%
16) Las instalaciones físicas donde reciben el servicio son las adecuadas en cuanto a iluminación	235	91%	23	9%	1	0,4%	-	0%	-	0%
17) Las instalaciones de la IPS existen todas las señalizaciones exigidas por las normas de seguridad.	241	93%	17	7%	1	0,4%	-	0%	-	0%
TECNOLOGÍA	242	93%	16	6%	1	0%	-	0%	-	0%
18) Los equipos e instrumentos utilizados para la prestación del servicio son adecuados y novedosos	242	93%	16	6%	1	0,4%	-	0%	-	0%

Gráfico 23. Resumen general del promedio de los factores claves para evaluar el grado de satisfacción de los usuarios



Fuente: La Autora

Para evaluar el grado de satisfacción en el servicio de los usuarios de la IPS servicios integrales de salud “VAQNAR”, se tomó la siguiente escala para valorar cada uno de los factores analizados:

- 1) **Altamente satisfactorio:** Cuando los usuarios están plenamente satisfechos con los factores de evaluación.
- 2) **Medianamente Satisfactorio:** Cuando los usuarios están satisfechos con algunas situaciones del servicio, pero les insatisface otras en una menor medida.
- 3) **Poco satisfactorio:** Cuando los usuarios están satisfechos con algunas situaciones del servicio, pero les insatisface otras en mayor medida
- 4) **Nada satisfactorio:** Cuando definitivamente las situaciones del servicio son insatisfactorias para el usuario.

El valor promedio obtenido en cada uno de los 10 factores de evaluación se categoriza cualitativamente la escala así:

- 1) Altamente satisfactorio, (3.76- 5.00)
- 2) Medianamente Satisfactorio, promedio entre (2.51-3.75)
- 3) Poco satisfactorio, promedio entre (1.26-2.50)
- 4) Nada satisfactorio: promedio obtenido de (0.00-1.25)

Conforme a la ponderación y valoración dada para evaluar el grado de satisfacción en el servicio de los usuarios de la IPS Servicios Integrales de Salud “VAQNAR”, se obtuvo una calificación general de 4,87, lo cual según escala estaría en un rango de (3.76- 5.00), por tanto se concluye que el servicio que presta esta IPS es altamente satisfactorio según percepción tenida directamente por los usuarios. Ver cuadro y grafico

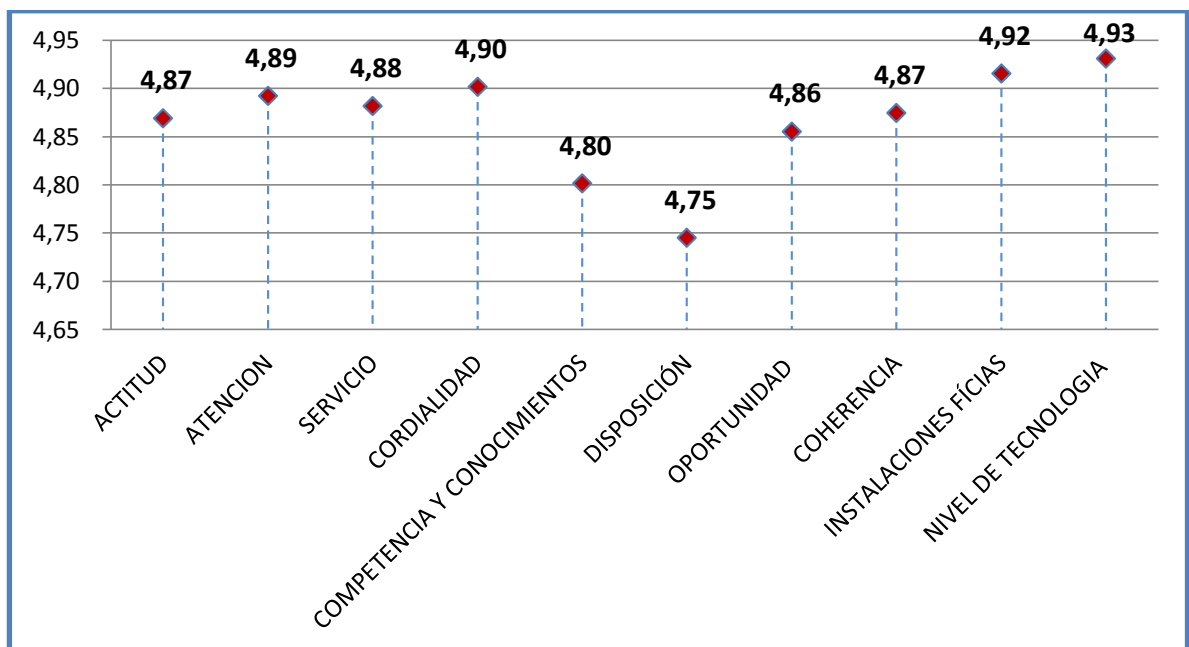
Cuadro 26..Grado de satisfacción en el servicio de los usuarios de la IPS Servicios Integrales de Salud “VAQNAR” según factor.

FACTOR	CALIFICACIÓN OBTENIDA	GRADO DE SATISFACCIÓN
Actitud	4,87	Altamente satisfactorio
Atención	4,89	Altamente satisfactorio
Servicio	4,88	Altamente satisfactorio
Cordialidad	4,90	Altamente satisfactorio
Competencia y conocimientos	4,80	Altamente satisfactorio
Disposición	4,75	Altamente satisfactorio
Oportunidad	4,86	Altamente satisfactorio
Coherencia	4,87	Altamente satisfactorio
Instalaciones físicas	4,92	Altamente satisfactorio
Nivel de tecnología	4,93	Altamente satisfactorio
GRADO DE SATISFACCIÓN GENERAL	4,87	<u>altamente satisfactorio</u>

Fuente: La Autora

A pesar de la alta calificación obtenida en la satisfacción en el servicio de los usuarios de la IPS “VAQNAR”, para lograr la excelencia según resultados es importante afianzar la prestación de servicios en todos los factores evaluados y principalmente en aquellos que tiene una calificación más baja, este es el caso de disposición que presenta el personal médico y administrativo al prestar el servicio y la competencia y conocimientos del personal que tiende. Ver grafico

Grafico 24. Grado de satisfacción en el servicio de los usuarios de la IPS Servicios Integrales de Salud “VAQNAR” según factor



Fuente: La Autora

7. CONCLUSIONES

Finalizado este estudio en que se buscó evaluar el grado de satisfacción en el servicio de los usuarios de la IPS Servicios Integrales de Salud “VAQNAR” ubicada en la ciudad de Tunja Boyacá, se ha podido llegar a concluir lo siguiente:

- ✓ La percepción de los usuarios de la IPS “VAQNAR” en relación con la actitud, atención y servicio del personal administrativo y de servicio, revela un alto grado de satisfacción al obtener una calificación de 4.88, esto se debe a que siempre el usuario percibe una actitud adecuada en la atención por parte del personal que tiene la función de brindarla, siempre se siente confiado y fuera de peligro cuando recibe el servicio, así mismo considera que personal es cortés, educado y atento con los usuarios; además cuenta con los conocimientos, protocolos y técnicas que deben ser aplicados para controlar los factores de riesgo y se preocupa por dar respuesta oportuna a las quejas y reclamos.
- ✓ El nivel de cordialidad, competencia, disposición y conocimientos médicos que expresa el personal de la salud que labora en la IPS “VAQNAR” es altamente satisfactorio pues fue calificado con 4,82 por los usuarios, debido a que según ellos, siempre el personal médico de la IPS entabla y mantiene relaciones amables con los pacientes, responden clara y amablemente con el mero interés de satisfacer las necesidades del usuario, utilizan el tiempo adecuado para prestar un servicio eficiente a la hora pactada.
- ✓ En cuanto a la oportunidad y coherencia que existe en el costo y tiempo de respuesta de la IPS “VAQNAR” cuando se solicita atención, trámites e información, los usuarios perciben un alto grado de satisfacción, dando una calificación de estos factores correspondiente a 4,86, lo cual es consecuente con el hecho que siempre los usuarios perciben oportunidad en la aplicación de las

vacunas, pertinencia en los requisitos exigidos y una relación directamente proporcional entre el costo y el beneficio que se recibe.

✓ En lo que respecta al pensamiento de los usuarios de la IPS “VAQNAR referente las instalaciones físicas, equipos e instrumentos utilizados en los procesos médicos y el servicio en general, con una calificación de 4,92 se considera que son factores altamente satisfactorios, debido a que siempre los usuarios reciben los servicios ofrecidos por la IPS en un lugar que cuenta con espacios e iluminación adecuados que además posee señalizaciones en las que el usuario conoce las indicaciones, advertencias, obligaciones y prohibiciones del lugar; y en lo que respecta al nivel tecnológico en los procesos siempre se utilizan e involucra equipos e instrumentos adecuados y novedosos.

✓ En términos generales el servicio que presta esta IPS es altamente satisfactorio pues tiene una calificación de 4,87, esto se debe a que el personal muestra buena actitud, es atento, presta un buen y oportuno servicio, es cordial, cuenta con las competencias y conocimientos necesarios y está siempre dispuesto; además existe una coherencia entre la relación beneficio costo del servicio y se cuenta con buenas instalaciones y un nivel de tecnología apropiado.

8. RECOMENDACIONES

Tomando como base el grado de satisfacción encontrado por los usuarios en el servicio ofrecido por la IPS Servicios Integrales de Salud “VAQNAR”;y conociendo de antemano los resultados tenidos en cada pregunta y factor, se procede a hacer las siguientes recomendaciones enfocadas a lograr la excelencia:

- ✓ Tener siempre un trato cordial y actitud positiva y amable para todos los usuarios sin ninguna distinción.
- ✓ Orientar siempre al paciente sobre el servicio que recibirá y el proceso a seguir y proporcionar la información necesaria y oportuna cada vez que los usuarios la requieran.
- ✓ Buscar mejorar los estándares de tiempo en la prestación del servicio de tal forma que todos los usuarios estén satisfecho con el tiempo que espera y se dedica a la atención.
- ✓ Dar siempre respuestas oportunas a los usuarios sobre las quejas y reclamos que estos tienen.
- ✓ Propender siempre por la calidad en el servicio buscando siempre que exista una relación beneficio costo directamente proporcional.

BIBLIOGRAFÍA

ALBRECHT y BRADFORD. Citado por: PÉREZ TORRES, Vanesa Carolina. Calidad total en la atención al cliente: Pautas para garantizar la excelencia en el servicio. Ideas propias Editorial S.L., 2010. ISBN: 8498393566, 9788498393569. 104 p. p. 2

BERNAL TORRES, Cesar Augusto. Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Segunda edición. México: Pearson Educación, 2006. 286 p. p. 56

BERNAL, Oscar. Qué hacer con el sistema de salud en Colombia. [citado el 12 de julio de 2013]. En internet: <http://www.uniandes.edu.co/xplorer/especiales/salud/por-motivos-de-salud.html>

BLANCO RESTREPO, Jorge Humberto y MAYA MEJÍA, José María. Fundamentos de salud pública T.II 2 Ed: Administración de servicios de salud. Corporación para Investigaciones Biológicas, 2005. ISBN: 9589400868, 9789589400869. 208 p. p. 11

CARL Mc Daniel y GATES, Roger H. Investigación de mercados. Cengage Learning Editores, 2005. ISBN: 9706863664, 9789706863669. 617 p. p. 8

EDITORIAL EL TIEMPO. Salud: el problema más grave. 04 de mayo del 2013. [citado el 12 de julio de 2013]. En internet: http://www.eltiempo.com/opinion/editoriales/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-12779380.html

FERRELL, O. C. y HARTLINE Michael D. Estrategia de Marketing: satisfacción y retención de clientes. Tercera edición. Cengage Learning Editores, 2006. ISBN: 9706864962, 9789706864963. 468 p. p. 125-127

GALEANO M. María Eumelia. Diseño de proyectos en la investigación cualitativa. Bogotá Colombia: Universidad Eafit, 2004. 82 p. p. 24

GARCÍA CABALLERO, Carlos y GONZÁLEZ MENESES, Antonio. Tratado de pediatría social: los actores principales que intervienen en el sistema de salud. Edición ilustrada. Barcelona: Ediciones Díaz de Santos, 2000. ISBN. 8479784393, 9788479784393. 875 p. p. 806

HAYES, Bob E. Cómo medir la satisfacción del cliente: desarrollo y utilización de cuestionarios. Gestión 2000, 2002. ISBN: 848088696X, 9788480886963. 1978 p. 20

KOTLER Philip y ARMSTRONG, Gary fundamentos de marketing: marketing y calidad. México: Pearson Educación, 2003, ISBN: 9702604001, 9789702604006. 599 p. p. 11

PÁEZ, Carlos A. Salud O. SENA. [citado el 15 de agosto de 2013]. Disponible en internet en: <http://saludosenapaezc.blogspot.com/2011/05/definicion-sgsss-eps.html>

PANTOJA, Sebastián. La crisis en el sistema de salud colombiano: problemas y desafíos del nuevo Gobierno Distrital en materia de salud de la población bogotana. En: Revista económica SUPUESTOS. Edición No. 8. Universidad de los Andes.

PÉREZ TORRES, Vanesa Carolina. Calidad total en la atención al cliente: Pautas para garantizar la excelencia en el servicio. Ideas propias Editorial S.L., 2010. ISBN: 8498393566, 9788498393569. 104 p. p. 2

RIAL BOUBETA, Javier. La evaluación de la calidad percibida como herramienta de gestión en servicios deportivos. España: Univ Santiago de Compostela, 2007. 186 p. p. 90

ROJAS SORIANO, Raúl Investigación social: teoría y praxis. Séptima edición. México: Plaza y Valdés, 1995. 220 p. p. 144

VAVRA Terry G. Cómo medir la satisfacción del cliente según la ISO 9001:2000. Segunda edición. Madrid: FC Editorial, 2003. ISBN: 8495428946, 9788495428943. 402 p. p. 23 y 44

ANEXOS

Anexo A. Encuesta de satisfacción en el servicio de los usuarios de IPS Servicios Integrales De Salud “VAQNAR”

OBJETIVO: Evaluar el grado de satisfacción en el servicio de los usuarios de la IPS Servicios Integrales de Salud “VAQNAR” ubicada en la ciudad de Tunja Boyacá.

Esta encuesta se evalúa mediante la escala de Likert esto implica responder preguntas de enfoque positivo y negativo, con el propósito de obtener información objetiva que realmente permite el logro del objetivo propuesto.

Responda según considere:

Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Casi nunca	Nunca
---------	--------------	---------------	------------	-------

PREGUNTA	SIEMPRE	CASI SIEMPRE	ALGUNAS VECES	CASI NUNCA	NUNCA
1) El personal de la IPS responde cordialmente a mis necesidades.					
2) Cuando solicito un servicio la IPS el personal de atención habla claramente y de una forma amable.					
3) Recibe una orientación adecuada por parte del personal encargado de brindarla.					
4) El comportamiento y actitud del personal que lo atiende le transmite seguridad y confianza.					

5) Desde que ingresa a la entidad recibe una atención respetuosa y amable por parte del personal encargado.					
6) Ha recibido asesoría y orientación sobre el servicio cuando lo necesita.					
7) El tiempo de atención es adecuado para la prestación de un servicio que usted solicita.					
8) Recibe las vacunas de forma oportuna.					
9) El servicio se recibe oportunamente y sin tanta tramitología.					
10) Es atendido a la hora fijada.					
11) La actitud del personal médico le transmite confianza y seguridad					
12) Tiene una respuesta oportuna por parte del personal la IPS cuando tiene quejas y reclamos.					
13) El tiempo que tiene esperar para ser atendido es el adecuado a la necesidad, pues siempre hay personal disponible.					
14) Las instalaciones físicas donde reciben el servicio son las adecuadas en cuanto iluminación y está siempre limpio y organizado.					
15) El personal practica todas las normas de higiene al momento de hacer efectivo el servicio de vacunación.					

16) En las instalaciones de la IPS existen todas las señalizaciones exigidas por las normas de seguridad laboral.					
17) El servicio que le ofrece la IPS es adecuado y coherente con el precio.					
18) Los equipos médicos utilizados para la prestación del servicio son adecuados y novedosos.					

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN